



横店影视城“全民片场”的NPC造梦师与游客互动。



横店影视城清明上河图景区游人如织。



横店影视城清明上河图景区的NPC造梦师与游客对话。

## 从看景到入戏 体验横店“全民片场”

新华社杭州5月28日电 第一次来到横店的人，往往会生出一种奇异的熟悉感：朱红宫墙、巍峨殿宇、青石板街，明明从未来过，却仿佛早已在记忆里走过千百遍。

初夏时节，记者换上一身宋制服装，走进横店影视城清明上河图景区。过去30年间，大量的国内影视作品都曾在这里取景拍摄，无数人关于“江湖”“宫廷”“民国”“仙侠”的想象，都带着横店的印记。

如今，这座“中国好莱坞”正在发生变化——它不再只是供游客“看景”的影视基地，更是一座让普通人也能“入戏”的造梦园。

有人举着团扇拍照留念，有人与热播古装剧中的角色对歌，还有人在仙侠片场里与“神仙”斗法。这里不像传统景区，更像一个巨大的开放式片场。仙侠缭绕的仙侠幻境、诡趣横生的“妖界”空间、烟火气十足的市井长街……层层展开的沉浸式场景，不断刷新着游客的体验边界。

一个颇具代表性的变化是NPC（非玩家角色）互动模式的兴起。在景区设置的六大主题场景中，300多名NPC造梦师分散其间，与游客展开深度互动。

习武、斗舞、剧本围读……各种情景任务令人目不暇接，游客能借此赚取“片酬”、兑换礼物。不少游客愿意排队数小时，只为和表演生动、“接梗”能力强的NPC“演上一段”。

“请说出一条属于你家乡的风物线索，让我猜猜你来自哪里！”“再用家乡方言背一首诗！”记者边走边看时，一位NPC忽然从人群中“闪现”。简单的互动游戏中，巧妙融入了方言、诗词和地域文化元素，参与者在嬉笑之间自然而然参与了传统文化表达。

横店影视城景区演艺负责人马洪亮告诉记者，这些演员大多有着扎实的表演功底和极强的临场应变能力，可以让陌生游客迅速进入情境。演员王皓告诉记者：“不只是我在给大家提供情绪价值，游客也在给我提供情绪价值。这是情感的双向奔赴。”

这正是横店“全民片场”的动人之处。马洪亮说，人们想要的，早已不只是拍几张照片、完成一次“到此一游”，而是希望被回应、被关注、被赋予角色感。

夜幕降临，横店影视城灯火渐次亮

起。记者刚走近一块“我在横店当群演”的招牌，就被一名“导演”拉进队伍。

“你演市集路人，从这边走过去。”“你来扮演女侠，状态自信一点！”……约10分钟后，记者已经站在“片场”中央，与一群陌生游客一起完成了一场即兴演出。

“以前更多是走马观花看一看，现在是主动参与进来。”与记者对戏、饰演“女侠”的杭州游客陈娜娜十多年前曾来过横店，“像是在定制自己的影视体验”。

“我们之所以能够稳稳托起这种‘入戏感’，离不开这里积累三十年的影视工业基础。”横店影视城景区副总经理杨淑珍告诉记者，这里拥有50多个大型实景拍摄基地、130余座摄影棚、2000多个拍摄场景，以及上万名常驻的群众演员，成熟的影视工业体系，可以快速将热门影视IP转化为真实可参与的场景体验。

离开景区前，记者遇见来自浙江台州的游客陈暖和她的同伴。她们在这里游玩三天，每天都会换不同的妆造进景区体验，她向记者展示了相机中的记忆：几十张照片、十几位NPC，每一张照片里，她们都是快乐的主角。

比起纯观光，如今游客越来越重视参与感。许多普通人来到这里都能短暂地从生活里抽离出来，成为自己故事里的主角。

2025年9月，横店以“全民片场”为核心主题，推出沉浸式影视文化狂欢活动，让游客变为“剧中人”。2026年，高频客流与主题活动持续拉动消费，春节假期接待游客135.4万人次，同比增长55.1%；五一“戏精狂欢节”再迎79.41万人次，同比增长20.39%，文旅融合的体验升级正有力转化为强劲的增长动能。

从前的横店，属于剧组、演员和导演；如今的横店，同样属于每一个想“入戏”的普通人。



天津歌舞剧院民族乐团表演《丰收锣鼓》《彩云追月》《百鸟朝凤》等经典民乐作品。

## 从歌剧到民乐 感受城市“音乐漫游”

新华社天津5月27日电 或许你在电影中看到这样场景：乐手们带着乐器走出室外，将表演场地搬到城市中，与来往行人共享音乐的美好。

初夏时节的天津绿意盎然，记者在2026天津音乐节与市民游客们一起体验了一场这样的“音乐漫游”。

适逢周末，人们在天津意式风情区中央的马可波罗广场上享受休闲时光，有的熙熙攘攘穿行而过，有的在石凳上坐下。工作人员在喷泉前铺上一块红毯，一个天然的舞台形成了。

天津意式风情区始建于20世纪初，这里是意大利本土之外规模最大、保存最完好的意式风貌建筑群。

观众耳边响起悠扬的弦乐，让本就浓厚的异域风情愈发鲜明。外地游客李楠感慨：“像是在国外欣赏演出。”

背景音乐暂停，女主角从广场的一个角落款款走上红毯，表演歌剧《茶花女》中的经典选段。

在剧场里听歌剧，和在户外现场听，感受完全不同。当家喻户晓的《饮酒歌》旋律响起，演员们一起举起手中的酒杯，向周围的人群示意。记者被明快的节奏和热烈的氛围所感染，也跟随音乐打起拍子来。

来自北京的游客张女士是一位歌剧迷，听过不少歌剧演出，这样的体验却是头一回。“身处这样的空间里，更容易跟着演员‘入戏’，体验感非常好。”她说。

2026天津音乐节将一直持续到7月。这期间，剧场内演出、沉浸式演出、群众性演出三大板块共95场音乐活动将陆

续上演。眼前这场歌剧表演就是沉浸式演出中的一场。

这种走出传统剧场、嵌入城市公共空间的音乐呈现，正是当下“体验经济”在文旅领域的一个切面。观众不再满足于远距离观赏，而是渴望身临其境、参与其中，获得情感共鸣。天津音乐节通过场景再造与互动设计，将音乐从封闭的剧场“释放”到街区、广场、河岸，拉近了艺术与市民游客的距离。

夜幕降临，海河岸边褪去喧嚣，气温比白天时要低一些。记者披上了一件薄外衣，在水声与晚风中等待一场别开生面的露天音乐会——由天津歌舞剧院民族乐团带来的《丰收锣鼓》《彩云追月》《百鸟朝凤》等经典民乐作品。

舞台旁就是海河水。入夜，两岸建筑与桥梁被次第点亮，暖黄的灯光细细勾勒出百年洋楼的轮廓，金色的光影投射在河面，随波荡漾，虚实交织。

晚七点，演奏家们走上舞台。岸边驻足的行人渐渐聚拢，有人席地而坐，或凭栏远眺。远处，海河游船缓缓驶来，向岸边的人们鸣笛示意。悠扬的鸣笛声与美妙的乐器声遥相呼应，一时间水岸同辉。

来自河北的游客王先生本是来海河边散步的，意外邂逅这场音乐会，掏出手机录个不停：“海河、晚风、音乐、灯光交织在一起，太享受了。”

从意式风情区的歌剧沉浸式体验到海河岸边的露天音乐会，天津正在探索一条“体验经济+城市文旅”的新路径。这不只是在城市中举办一系列演出，更是将整座城市转化为一个可感知、可参与、可分享的“音乐体验场”。

天津社科院产业发展研究所研究员成文认为，当下，城市的文旅竞争力正从“资源占有”转向“体验设计”，谁能讲好故事、制造情绪峰值，谁就能赢得市场。

当艺术走出围墙，当观众成为场景的一部分，音乐就成为一段可以走进、可以记住的城市记忆。