

消费新观察

从“看景”到“入景” NPC变身文旅经济“新主角”

本报记者 彭家一

云龙湖畔,彭城风华游船码头,“苏轼”热情地邀请游客与他对话;徐州乐园里,一批批风格各异的演员轮番上台,引得现场欢声沸腾;彭城七里上,身穿汉服的实景扮演者穿梭街巷,与游人自在互动……这些NPC正从游戏世界的辅助角色,一跃成为文旅经济的“新主角”。

这类新颖的真人角色互动体验模式,最初借鉴了游戏中串联剧情、联动参与者的角色设定,落地文旅实景场景后,逐步发展为成熟的沉浸式体验新业态,也被称为“NPC经济”。

中国旅游研究院数据显示,有68%的国内游客将“沉浸式体验”列为选择景区的首要标准,远超“景观

观赏”的23%。沉浸式、参与式游玩体验,正在成为文旅市场的核心竞争力。

在此背景下,原本来自游戏场景的NPC概念被引入景区、主题街区等文旅实景空间,依靠NPC角色塑造与情景演绎,构建起了文旅消费新形态。

沉浸式实景演绎业态快速出圈的同时,行业同质化跟风、内容浅层化、互动形式单一等问题也逐渐显现。个别景区盲目照搬网红模式,脱离本土文化内核,仅有形式复刻却无文化支撑,难以形成长效吸引力。文旅体验经济想要行稳致远,不能止步于简单的角色扮演和流量营销。

徐州依托彭城七里历史文脉,以汉服为核心打造一系列特色主题活动,将古风NPC巡游、情景互动与汉服雅集、传统游艺深度融合,不仅大幅延长

了游客停留时间,更持续带动周边餐饮、服饰、文创零售等业态增收,全方位激活了城市文旅消费活力。

在这场文旅转型浪潮中,徐州立足本土特色走出了差异化发展之路——依托汉文化、东坡文化、民俗文化等本土底蕴设计形象与互动内容,让静态的历史、沉睡的文化变得可感可触,成为连接景区、地域文化与游客之间的情感纽带,让游客真正实现从“旁观者”到“参与者”的转变。

此外,短视频平台和社交媒体的发展,进一步放大了NPC经济的传播势能。游客与NPC的现场互动极易被记录、传播,在线上积攒超高热度,继而转化为线下客流与实际消费,形成“线上引流、线下体验”的良性发展循环。

“后高考经济”持续升温 补贴福利齐上线,毕业季换新正当时

文/图 本报记者 耿耘

2026年高考顺利收官,卸下备考重担的学子,带动新一轮消费热潮。我市各大商圈里,数码产品、潮流配饰等消费需求集中爆发,悦己消费成为主流;叠加毕业季专属优惠、政府消费补贴等,“后高考经济”持续升温,为夏日消费市场增添了新活力。

在我市各大商圈,不少学生正在选购数码设备、潮流配饰等,以满满的仪式感告别高中生活、开启崭新的大学生活。主打便携易带、支持日常拍摄的手持相机、运动影像设备,凭借潮流属性,成为本届毕业生的消费爆款。

“我想入手一台手持相机,平时拍拍日常、记录校园vlog,丰富大学生活。”学生马璇说,她已关注大疆产品好久了,高考结束后,果断前来购买了最新款的运动相机。

针对火爆的毕业季消费市场,我市各大数码门店精准贴合学生需求,推出多项专属福利,进一步释放学生消费潜力。

“手机、平板销量从高考前就开始上涨,考前购机多以家长为孩子备考换新、自用更换设备为主,高考结束后,自主选购换新的学生群体成为消费主力。”徐州金鹰华为店负责人介绍,除影像设备外,手机换新也成为后高考消费的主力品类。依托国家、地方双重消费补贴,再叠加门店学生专属福利,手机数码类换新消费热度居高不下。据了解,目前各项消费补贴已全面落地,售价



手机数码类换新消费热度持续走高。

6000元以下机型可享受国家补贴,6000元至10000元机型可享受地方补贴。此外,面向学生群体,选购热门系列还可免费领取专属权益礼包。毕业季以来,门店内高考生客流占比超三成,学生换新需求十分旺盛。

京东电器相关负责人表示,目前京东电器徐州线下门店已全面升级为家电家居融合体验中心,打造主题化“家空间”,消费者可以直观感受产品在真实生活

场景中的使用效果。门店同时提供从上门量房、方案设计、产品搭配到安装售后的全流程服务,与京东主站同质同价,消费者可享受7天无理由退货、30天价保、180天质量问题换货等统一权益。此外,在国家以旧换新政策持续发力、消费结构不断升级的背景下,京东电器将进一步推动家电零售行业从单纯的价格竞争向价值竞争转型,为消费市场注入新的活力。

徐州报业传媒集团

彭城GO!购九州

政企福利
商务礼赠
便民消费

彭城新体验 福利GO全面!

购卡热线 0516-82345678

微信扫码 [彭城GO] 立即体验

