



从“天然影棚”到“消费新场景”——

克拉玛依探索“影视+文旅+消费”融合发展新路径

■ 孙萍

近年来,新疆克拉玛依市依托独特的戈壁雅丹、荒漠胡杨、峡谷地貌资源,凭借极具辨识度的西部风光,成为国内知名的影视天然取景地。作为传统能源城市,克拉玛依积极探索“影视+文旅+消费”融合发展新路径,推动单一外景拍摄资源向沉浸式文旅消费场景转化,拉动住宿、餐饮、景区、商贸等服务消费提质扩容,为城市产业多元转型注入强劲动能。

深耕资源禀赋,夯实影视产业发展基底

克拉玛依乌尔禾片区地貌壮阔独特,景观层次丰富,取景适配度高,先后承接过《卧虎藏龙》《七剑下天山》《大秦赋》《镖人:风起大漠》等多部知名影视作品外景拍摄,其中电视剧《大秦赋》全剧70%以上的外景在乌尔禾完成,戈壁“天然影棚”品牌知名度持续提升。

当地高标准建成乌尔禾影视城,纪氏部落影视城两座3A级影视主题景区,世界魔鬼城成功创建国家5A级旅游景区。乌尔禾区同步建成3000平方米、5000平方米两个疆内最大的标准化室内摄影棚,搭建剧组食宿、场景搭建、设备租赁、群众演员统筹一体化服务链

条,实现剧组落地拍摄“一站式”保障。

2024年,克拉玛依市文体旅游局将影视产业链整体纳入克拉玛依智慧文旅产业链体系,并同步纳入招商引资重点项目工作;今年出台政策明确支持微短剧发展、推动精品剧目创作,扶持重心正从“补单个剧组”向“补整条产业链”延伸。“克拉玛依——为中国原创编剧加油”剧本征集活动已连续举办多届,累计征集优秀原创剧本2000余部,为影视产业储备了强大的本土创作力量。稳定的政策环境、完善的配套服务,让克拉玛依年均承接1至2部重点影视剧组落地取景,常态化带动本地劳务、住宿、餐饮、运输等关联行业增收,有效激活基层小微消费市场。

抢抓影视热度,推动荧幕流量转为消费增量

今年春节档武侠影片《镖人:风起大漠》全国热映,影片大量核心外景取自克拉玛依世界魔鬼城景区,上映后当地文旅搜索量暴增260%、酒店预订量翻倍,戈壁雅丹风光通过荧幕走向全国,形成现象级传播热度。抢抓影视IP红利,当地迅速推出系列惠民促消费举措,大幅延长票根优惠周期——从春节一直延续至“五一”假期,游客凭电影票根可免门票游览世界魔鬼城。“自《镖

人:风起大漠》上映以来,魔鬼城景区游客接待人次同比增长30%,收入同比增长63%。”世界魔鬼城景区负责人介绍道。

与此同时,克拉玛依同步投放百万级文旅消费券,覆盖景区、酒店、餐饮、商超等2000余家商户,截至春节假期结束,全市累计发放专项消费券6955张,活动持续至3月底,全方位激活大众消费活力。“随着《镖人:风起大漠》电影上映,我们的游客订单量较往年同期增长大概20%。”世界魔鬼城公司酒店管理负责人说道。来自西安的游客田女士算了一笔账:“凭票根省了42元门票,亲眼看到魔鬼城的雅丹地貌,比银幕上更震撼。”

数据显示,今年春节假期,全市累计接待国内游客56.65万人次,实现旅游花费3.32亿元,核心取景地世界魔鬼城景区热度持续领跑,乌尔禾区域酒店预订量同步上涨。从一张票根到一条消费链,影视IP热度被有效转化为跨季节的消费增量。

丰富业态场景,拉长文旅消费产业链条

为避免影视热度“昙花一现”,克拉玛依跳出“单一取景、浅层打卡”的传统模式,持续丰富沉浸式、体验式文旅消费业态,推动影视IP从短期流量热度

转化为长期消费场景优势。当地创新开发新疆首个大漠武侠风剧本杀《秘境寻踪·魔鬼城密码》、影视主题旅拍、实景演艺等新兴体验项目,将静态取景地转化为可参与、可互动、可消费的沉浸式场景。西部乌镇度假区、国际房车露营公园、影视主题民宿等业态相继投用,既服务剧组驻场拍摄,也适配游客群需求,形成“观影视、赴实景、玩体验、购文创、住民宿”的消费闭环。

当地同时推动影视IP与夜间消费、季节消费深度融合,依托汇嘉滨河广场国家级夜间文旅消费集聚区,联动景区、商圈、夜市开展影视主题促销活动。围绕冬季冰雪、秋季胡杨等季节性资源,联动冰雪娱乐、户外冰钓、胡杨观光、金丝玉文创等特色业态,补齐淡季消费不均衡短板,推动全年文旅消费提质扩容。

如今的克拉玛依,以光影为媒、以文化为魂,持续深化“影视+”融合发展模式,推动影视IP与研学旅行、非遗体验、户外赛事等业态深度联动,不断丰富消费供给、优化消费结构,文旅服务消费成为拉动全市三产增长的重要支撑。面对影视IP热度的周期性波动,克拉玛依正着力把单部爆款的短期流量,沉淀为长期留存的消费场景,在戈壁荒野上书写着文旅融合的新篇章,展现着大美新疆的独特魅力。

玉米丰产促增收

金秋时节,安徽省亳州市种植的玉米迎来收获期,当地农民抓住晴好天气,进行玉米的收割、脱粒、烘干等工作,确保玉米丰收、农民增收。图为农民正在将刚收获的玉米进行脱粒烘干。

中新社供图



点亮高原夜空 乐享夏日盛景

——甘孜州暑期夜间消费提质扩容

■ 李丹丹 牟雯波

今年暑期,四川省甘孜藏族自治州依托独特的高原清凉气候与原生态文旅资源,精准破解长期以来“昼游夜离、过境不留”的行业痛点,跳出传统日间观光单一模式,深耕夜间消费赛道,激活民俗夜市、星空文旅、夜间演艺、深夜餐饮、夜间赛事等多元业态,持续拉长消费链条、做实消费增量。据康定市文化广播电视和旅游局最新数据显示,暑期康定全市接待游客330.46万人次,实现旅游综合收入55.51亿元,酒店、民宿平均入住率达90.15%,过夜游客占比同比大幅提升,夜间消费已成为支撑全州暑期文旅增收、服务业提质核心增量,为全域文旅经济高质量发展注入坚实动能。

丰富业态,惠民政策释放市场活力

暑假期间,甘孜州推出“圣洁甘孜·暑期乐购”消费惠民活动,投入150万元州级财政资金发放电子消费券,全州257家商户同步参与惠民补贴,覆盖商超零售、特色餐饮、运动用品、中石油加油站等业态。出台惠民扶持政策,对特色市集经营主体落实摊位费用减免、放宽延时经营管理等激励措施,实打实为

市场主体减负纾困、引流增收。

依托全州全域旅游宣传推广矩阵,甘孜州重点推介康定河畔夜市、格萨尔王城夜集、塔公星空夜游等一批夜间消费打卡点位,持续放大“20℃清凉甘孜”避暑文旅品牌效应,不断激活夜间消费新场景。随着一系列促消费政策落地见效,全州重点商圈、景区周边夜市商户主动延长营业时间,多数经营点位营业时长延后至23时以后,夜间经营热度持续攀升。

古驿驿道定向越野赛甘孜站增设夜间定向赛,参赛选手及随行人员赛后集聚老城消费。康定溜溜街夜市多位本地商户表示,暑期摊位客流爆满,每晚经营时长从平日3小时延长至6小时,单户夜间营收达到日常的3—4倍,牦牛肉、青稞特产、藏式手工艺品销量显著上涨。草原音乐节、星空音乐会等夜间演艺,进一步引导过境游客留宿消费,带动本地农牧民营收大幅攀升。

深耕本土IP,打造差异化夜游标杆

甘孜州避开城市夜市同质化陷阱,立足康巴民俗与高原生态资源,构建“一县一特色、夜夜有亮点”的夜间消费矩阵,依托实景项目激活消费。

康定深挖情歌IP,依托溜溜街开展情歌美食季,融合特色餐饮、民俗展演、光影夜游,叠加2026康定情歌国际音乐节夜间主场,七夕消费狂欢活动3天销售额达507.9万元。举办“第二届G318生活季·塔公草原雪山”音乐节,夜间开展多类型音乐演出、篝火锅庄、星空露营与草原市集,两天吸引游客16.11万人次,全镇床位全部售罄。道孚龙灯牧场推出草原星空音乐会、非遗夜体验及亲子民俗体验项目,片区夜间餐饮休闲消费较平日增长30%以上。德格举办第三届“岭·格萨尔王”音乐季,开设夜间草原歌会、篝火晚会,融合格萨尔说唱、赛马、非遗展,充实乡镇夜间供给。巴塘推动非遗与夜间消费深度结合,上演巴塘弦子主题音舞诗话剧《幸福的弦音传四方》,夜间客流同比增长44%,餐饮、住宿、商超夜间总营业额突破150万元,夜间营收占全天营收比重超60%,成为县域夜游样板。此外,德格、石渠开展唐卡、藏绣非遗夜展,传统非遗变身夜间消费热点,全州暑期文创夜间销售额同比增长24%。

场景延伸,拓宽群众致富增收路

甘孜州暑期打破夜间经济集中州

府城区的局限,推动夜游场景向乡镇、乡村、景区全域下沉,构建多点开花的夜游发展格局。丹巴县立足藏寨风情,推出乡村夜间民俗展演、藏式家访体验项目,带动乡村民宿夜间入住率稳居高位;理塘、塔公等高原片区升级星空露营、山野夜娱项目,补齐高原高端夜游短板。

夜游场景的全域扩容,有效拉长游客停留时长,不少游客从“单日过境”转变为“两至三日深度游”。如成都游客罗女士暑期在甘孜县深度游玩两晚,体验夜间市集与民俗展演,购置藏式银壶、牛皮画等文创产品,单人消费近2万元,成为流量转增量的生动缩影。夜间消费热潮直接惠及本地农牧民、个体商户与手工艺人,实现文旅发展与乡村富民双向赋能。

如今,甘孜正逐步摆脱单一“门票经济”依赖,向全时段、复合型度假经济转型,完成从“白天观光”到“日夜全域旅游”的业态升级,将活动流量转化为现实消费增量。甘孜州夜间经济的蓬勃发展,正助力本地群众就近增收、推动市井经济复苏、激活县域消费内生动力,倒逼文旅商贸、住宿餐饮服务业提质升级。未来,随着“不夜甘孜”品牌的持续深化,夜间消费将成为甘孜州经济增长的重要引擎。

海南激活首发新势能

本报讯 首发经济是品牌首店、新品首发、首秀首展等创新消费业态的总称,是衡量一个地区消费活力和商业竞争力的重要标尺。近年来,海南省首发经济在首店引进数量、政策体系构建、商圈能级提升等方面成效逐步显现,不断提升国际旅游消费中心建设能级,为海南消费市场提质扩容注入蓬勃活力。

——首店规模扩容,区域布局成型。从数量上看,海南省首店引进呈现出积极发展态势。海口市2024—2025年共引进国内外知名品牌海南首店、海口首店达187家,三亚市2023—2025年累计引进首店超260家。从区域布局看,全省已形成差异化分布格局。海口首店主要集中在龙湖光年、海口万象城、日月广场、高兴里四大核心商业载体,业态覆盖高端零售、特色餐饮、潮流运动、休闲体验、主题门店等多元领域。三亚则形成了“海棠湾高端免税首店、中央商务区潮流零售餐饮首店、亚龙湾和大东海休闲体验首店”的清晰发展格局,业态主要集中在餐饮体验、时尚零售、亲子娱乐、文化配套等板块。

——政策赋能加力,企业红利凸显。目前海南已初步构建起“省级引导、市县配套”的政策扶持体系。省级层面,2025年12月出台《海南省进一步促进旅游消费若干财政措施》,明确发展方向、给予统筹指导,设定总的补贴激励框架。市县层面,海口今年出台《海口市消费新业态新模式新场景试点项目与资金管理办法》,对2024—2025年新开设的知名餐饮品牌首店按装修支出30%给予最高300万元补贴;三亚2023年出台并于2025年10月修订的《三亚市促进首发首秀首店经济发展试行办法》对亚洲首店最高奖励300万元,在国内同类政策中处于较高水平,自政策落地以来,经过审核最终符合申领补贴条件的有6家,累计发放补贴资金344万元。

——商圈热度攀升,文旅双向融合。海南首店经济带动效应持续释放,有效激活商圈资源,已成为各大商圈引流的核心引擎。三亚大悦城开业之初9个月累计客流量突破1100万人次,2025年大悦城销售额超16亿元,首店品牌贡献了超过50%的业绩增量,如优衣库首店在2025年春节期间创下全球第五的销售业绩;入驻的头部首店品牌形成“流量锚点”,有效提升周边铺位的连带消费率和租金水平。中国国际消费品博览会、海南岛国际电影节、中国三亚国际婚纱时尚周等大型平台为全球品牌新品发布提供便利,越来越多的企业愿意把这些展会作为新品“首发首秀舞台”。第六届消博会期间,海口打造“自贸新篇风尚龙华”开幕大秀,以百年骑楼为特色场景,融汇南洋风情与前沿设计。三亚形成“首发活动+景区+高端酒店”联动模式,单场首发活动最多能吸引50多个品牌参与,到场人流量达上万人次,旅游消费附加值明显提升。海棠湾三亚国际免税城引进兰蔻全球玫瑰庄园概念店、雅诗兰黛全球双层旗舰店等高奢首店,已成为全球高端品牌旅游零售的首发标杆。

肖娜

经济速递

2026年蒙超联赛 综合经济效益达6.47亿元

本报讯 近日从内蒙古自治区体育局获悉,刚刚收官的2026年内蒙古自治区足球超级联赛常规赛、淘汰赛共进行79场赛事,累计吸引145.31万人次现场观赛,综合经济效益达6.47亿元,场均综合经济效益818.99万元。联赛直接经济效益约1.95亿元,场均246.33万元;间接经济效益约4.52亿元,场均572.66万元。餐饮、住宿、交通、旅游、购物、娱乐等关联消费全面升温,“赛事+消费+文旅”的联动效应已经形成,已成为内蒙古区域内具有较强消费带动力的体育赛事IP。

蒙超联赛真正实现“农牧文旅体商”同频共振,不仅是一场足球盛宴,更成为展示内蒙古、带动跨区域消费的重要窗口。总决赛观众中,外地观众含包头市、鄂尔多斯市跨市观赛球迷人均消费约642.5元,本地观众人均消费约84.9元。以“2026蒙超总决赛”等为关键词的抖音平台点赞、转发、评论、收藏总量达37.83万,赛事话题热度持续外溢。

绿色农畜产品、民族特色手工艺品、草原文旅品牌借助赛事窗口大曝光,赛事效应辐射文旅推介、商圈促销、夜间消费、票根优惠等场景,推动“跟着赛事去旅行”“跟着赛事品美食”“跟着赛事购好物”成为新潮流,“一场球赛带火一座城、带动百业兴”的效应日益显现。**柴思源**

云南广纳文旅贤才 最高给予30万元项目经费

本报讯 来自云南省文化和旅游厅的信息显示,10月1日起,《“云旅英才”支持计划实施细则(试行)》将施行。云南计划用3年左右时间,遴选支持约300名“云旅英才”个人(含团队),以高质量人才供给支撑文旅高质量发展。

该细则明确,在支持对象上,既面向省域内文旅企业的创新创业人才及团队,也面向以技术入股、项目合作等形式参与云南文旅项目开发的高校、科研机构、事业单位人才及团队。省外、国外人才同样可以申报,释放出云南广纳文旅贤才的开放信号。

申报者须从事文旅相关领域工作3年及以上,具有丰富实践经验和较强实战能力。同时,需满足以下条件之一:有较丰富的文旅规划经验;能将优秀传统文化、文化遗产、红色文化等资源转化为可体验、可消费的旅游产品;能将抽象的文旅概念转化为可落地的创意方案;有丰富的运营管理经验;在文旅产业投融资机制设计与风险管控方面有实践经验;能运用新媒体、跨界合作等方式开展文旅品牌、项目、产品的营销传播;获得过国家级文旅类表彰等。

李思凡

宁夏引黄灌区2026年夏秋灌 累计引水40.2亿立方米

本报讯 近日宁夏引黄灌区2026年夏秋灌圆满收官。灌区自3月24日唐正闸开闸以来,已安全行水174天,累计引黄河水40.2亿立方米,保障近1000万亩农田灌溉用水,为全区夏秋粮稳产增收和特色产业 development 提供了坚实水安全保障。

今年,当地水利厅落实“四水四定”要求,将国家分配水量指标细化到5个市、22个县(市、区)及宁东基地,逐级落实到4300多个直开口,严控取水总量。面对春季沙尘、夏季高温等挑战,各干渠与扬水系统协同调度,圆满完成供水任务,同时向人饮窖池水库和设施农业蓄水池供水4.3亿立方米,保障了人畜饮水安全。围绕枸杞、葡萄等“六特”产业需求,精准调配水量,护航产业稳产提质。通过提前开灌、错峰引水,向典农河、沙湖等湖泊湿地补水1.25亿立方米,守护了20多万亩湿地生态健康。**裴云云**