

实景娱乐拓宽“表演”边界 NPC带火千年古城

编者按:近期,中共中央政治局召开会议,强调要有效扩大国内需求,适应不同群体消费需求扩大优质供给,挖掘服务消费潜力。《扩大消费“十五五”规划》提出,坚持扩大内需这个战略基点,深入实施提振消费专项行动,扩大服务消费,升级商品消费,丰富业态场景。证券时报今起推出“新消费图鉴”系列报道,多维度、立体化呈现消费新图景,探讨如何扩大新消费优质供给,挖掘新消费发展潜力。



河南开封万岁山景区NPC与游客热情互动。 赵黎昀/摄

证券时报记者 赵黎昀

从过去看山水逛景点,到如今为一场演出、一次非玩家角色(NPC)互动奔赴一座城……当Z世代渐成消费主力,文旅市场正悄然焕发新机。近年来,一批现象级文旅项目火爆出圈,不仅打破了自身经营瓶颈,更激发区域经济活力,成为地方文化特色的闪亮名片。走进这些项目不难发现,提升消费者体验感成为经营者的重要考量,为游客提供情绪价值,成为从业者关心的关键绩效指标。

作为服务消费重要板块,文旅消费正在由资源竞争向内容与运营能力比拼转变。

NPC带火一座城

从影十余年后,在屏幕上活跃多年的河南籍演员陈明,今年8月正式入职开封万岁山景区,成为了一名实景演绎的NPC。

“网友觉得我不做演员去干NPC会有心理落差,但走在开封街头,有游客认出我并热情打招呼,得到的反馈甚至比当演员时期还要多,这才是我人生的高光时刻。”在万岁山景区化妆间内,记者见到了近期因职业转型受到网络热议的陈明。

他直言,近两年影视行业转型,个人也面临职业生涯转折点。万岁山景区区别于传统景区的打卡式游览,NPC能为游客提供情绪价值和强参与感,自己很庆幸也能成为其中一员。

在陈明看来,传统影视表演强调从内到外的情绪输出,需要演员与观众保持距离以维持神秘感,避免跳戏,但NPC则需面对与游客高频互动,要求演员零出错、即时反应,想做好这份工作也极具挑战。

“实景娱乐正在拓宽‘表演’的边界,从单向输出转向情感共情与即时互动,情绪价值正成为新型消费核心。”他感言。

同样拥有舞台表演经验的小飞飞(网名),是万岁山“武侠世界”中的上百名外籍NPC之一。

“武侠文化本就有着海纳百川的包容内核,把外籍面孔融入本土武侠文旅,就是不同文化之间的交融对话。”中文流利的小飞飞告诉记者,在日常工作中他深切感受到,当下年轻群体出游的目标并非单纯打卡,更看重鲜活真实的游玩体验,而NPC就是提供这一体验的重要媒介之一。

“做NPC这些日子,许多游客都让我感受到温暖,印象最深的是位身患小儿麻痹症的朋友。虽然行动不便,说话不太清楚,但当他们坐着轮椅来景区找我,并表示我和游客互动的视频给他带来许多快乐时,我真切感受到了这份工作的价值。”小飞飞说。

在河南开封这座国家历史文化名城内,万

岁山景区通过大规模布局NPC,盘活了本土武侠文化资源,把静态景观变成动态场景,让游客从“看景”变成“入景”。景区内,像陈明、小飞飞这样的常驻NPC工作人员规模已达到200人以上。即便如此,面对暑期每日接近10万人次的高峰客流,园区相关工作人员坦言“NPC人手依然紧张,招聘工作仍在持续”。

普惠文旅多点开花

如果说沉浸式场景解决了传统文旅“体验不足、留客难”的痛点,那么普惠化的运营模式,更打开了文旅消费的增量空间。

在万岁山游览不难发现,园区内餐饮、小吃、文创物价贴近市井水平,打破游客对景点宰客的刻板印象,大幅降低了大众文旅消费门槛。100元三天不限次入园的门票价格,更是覆盖学生、工薪群体、家庭游客等全层级消费者,使景区获得了稳定客流,构筑起文旅产业稳健经营的基本盘。

“三口之家在万岁山景区游玩一天的费用,甚至比一些景区的单人入场券还要低。”谈及坚持平民化消费定位的考量,万岁山景区负责人向记者坦言,不同于传统景区“门票依赖、高价收割”的旧模式,万岁山更希望通过规模化客流、多元化二次消费实现盈利平衡,真正做到让利于民、激活大众消费,这种稳健的经营模式也是文旅企业可持续发展的核心底气。

放眼河南,文旅行业的普惠转型模式已多点开花,适配于不同层级文旅企业发展。

作为县域文旅代表,焦作恩州驿古街聚焦市井休闲赛道,以平价、亲民、生活化的文旅消费场景,深耕本地市场,成为激活县域文旅消费活力的一股力量。

“不是所有景区都具备自然奇观、文化IP这些先天禀赋,既然拼不了‘目的地’吸引力,就要把业态和产品定位为‘刚需、高频、复购’,致力于打造本地人的日常消费场景。”恩州驿古街相关负责人接受媒体采访时称,该景区客群持续到访、高频消费的背后,是一套通过“育商造商”保障商户创收,共同打造差异化产品和场景的运营逻辑。一方面,通过前店后坊、低客单价、食材集采无添加等打造出街区的核心产品力;另一方面,景区和主理人品牌共同设计场景、孵化产品,实现相互引流互相成就。

带旺地方消费活力

凭借场景创新,万岁山彻底扭转了以往景区“半日游、打卡游”的短板,游客停留时长、二次消费占比、复购率均实现大幅增长。

慕名而来的游客也不仅活跃在“城内”。如

今的开封街头,时常见身着古装穿行于街区的游客。餐饮、住宿门店有了客流,装造、摄影等新兴需求也应运而生,整个城市的消费活力都被带动了起来。

万岁山景区方面表示,在发力主题多元化,重视沉浸式NPC互动娱乐开发后,景区近年的年度营业收入实现了高速增长。

开封市统计局发布的数据则显示,2025年全市旅游接待总量达到1.16亿人次,比上年增长10.1%;旅游综合收入达870.68亿元,增长11.7%。

另据介绍,目前焦作恩州驿古街实现出租率、开铺率100%,年接待客群220万人次,直接带动就业5000人次,间接拉动周边餐饮、住宿、交通、零售等关联产业就业20000人次。在成功提升城市文化品位与区域知名度的同时,也助力地方就业增收与经济发展。

河南省文化和旅游厅披露,2025年全省接待游客11.09亿人次、旅游综合收入1.08万亿元,同比分别增长4.1%、5%;2865家规模以上文化及相关产业企业实现营业收入2241.38亿元,同比增长9.8%,保持向上向好发展态势。

“当前我国扩大内需的核心逻辑,是优化优质供给,补齐供需错配短板。文旅消费作为服务消费核心板块,正处于结构升级与资本赋能的双重窗口期。”河南省商业经济学会会长宋向清认为,近年来以万岁山景区为代表的河南文旅突围,核心就是做到了“供给精准匹配需求”,用沉浸式体验补齐了体验消费短板,以平民化普惠模式激活了大众市场。

他提及,正冲刺港股IPO的清明上河园,正是构建了“大众普惠+高端品质”的分层业态体系,精准匹配不同群体、不同层级的消费需求。景区依托成熟的宋文化沉浸式体验,既保留亲民普惠的大众游玩业态,也布局了高端文化体验,实现了客流规模化、营收多元化,契合了资本市场对文旅企业抗风险能力、持续盈利能力的核心要求。

近年来以优质演绎作品、深刻文化内核收获市场口碑的“只有河南”景区,则是以差异化高端文化供给,兼顾了文化专业性与大众观赏性,形成错位竞争格局。

“在一个地区内,多类型项目协同发力,才能构建起分层适配、全域覆盖的文旅消费生态。近年来河南也为全国文旅企业平衡社会效益与经营效益、对接资本市场提供了价值参考。”宋向清表示。

新消费图鉴

随着2026年半年报及业绩预告陆续披露,检验检测行业上半年经营图景逐渐清晰。

华测检测、广电计量、苏试试验等公司聚焦科技创新与高端制造赛道的机构延续较快增长,营收、净利润双双实现增长;而以传统房建、基建检测为主业的国检集团则出现半年度亏损。

检测行业正处于从规模扩张向质量效益转型的窗口期,“科技创新类”检测业务占比提升、下游客户结构优化,成为决定企业业绩的重要变量。检验检测机构在应收账款管理、精益化运营与国际化布局上的差异化选择,也将进一步拉开企业间的经营质效差距。

科技属性 决定增长曲线

从已披露数据看,行业头部企业普遍保持稳健增长。华测检测半年报显示,2026年上半年实现营业收入34.29亿元,同比增长15.86%;实现净利润5.64亿元,同比增长20.63%。华测检测表示,前期投资布局的医药、医疗器械、航空材料、半导体芯片、低空经济、PCB检测、新能源汽车、车联网等业务不断取得增长,投资效益逐步兑现,成为业绩增长重要驱动力。

广电计量预计2026年上半年净利润1.15亿元至1.25亿元,同比增长18.17%至28.45%,公司特别指出净利润增速持续高于收入增速,盈利质量明显改善。

苏试试验半年报显示,2026年上半年实现营业收入10.79亿元,同比增长8.93%;归母净利润1.29亿元,同比增长10.37%。报告期内,新兴应用领域开拓取得积极成效,航天、电子电器等行业营收端稳步提升,但部分传统领域存量博弈加剧,业绩增长承压。

值得注意的是,深耕传统房地产及建筑工程检测领域的国检集团业绩预告显示,预计上半年净利润为-2059.44万元,同比下降2640.65万元。公司直言,传统业务板块受上下游行业景气度不足、市场竞争加剧影响,业务量和价格承压,同时应收账款回收周期拉长导致信用减值损失同比增加,成为拖累业绩的主要因素。

向高景气度赛道拓展

多家上市公司半年报及投资者交流中均传递出相似信号,检测服务正在从传统建筑、房地产等周期性领域,加速向半导体、新能源、航空航天、集成电路等高景气赛道迁移。

国检集团披露,其传统房地产检测业务占比已降至40%以下,环境食农检测业

结构性分化持续 新兴赛道成增长引擎

检验检测行业半年报透视:

务企业客户占比提升至约50%,同时在核电、新材料、数字化检测等领域实现积极突破,正加快布局新材料新能源及国际化方向作为增长“第二曲线”。

广电计量则明确指出,特殊行业、新能源汽车、集成电路等领域研发活动带动业务增长,上半年公司筹建新的集成电路测试与分析实验室以提升产能,数据科学分析与评价业务规模持续扩大,生命科学业务逐步改善,科技创新类服务收入占比进一步提升。

苏试试验的业务结构调整更具代表性。最新机构调研记录显示,今年上半年,苏试试验来自环境与可靠性试验服务收入同比增长16%,集成电路验证与分析服务收入同比增长10.61%,而传统试验设备收入同比下降5.30%。

苏试试验透露,航空、航天、新能源、船舶等下游需求持续释放,苏试宜特子公司正紧跟车规电子、AI算力、硅光等重点应用方向,向光芯片、算力芯片等测试领域延伸,同时杭州实验室目前已竞拍取得土地使用权,正在有序推进后续建设等各项事宜。该项目主要围绕航天产业集群开展深化布局,搭建高端空间环境模拟试验设备研制与综合检验检测公共服务平台。

注重提质增效

面对传统业务领域价格竞争加剧、毛利率承压的普遍挑战,检测机构普遍将提质增效作为应对之策。

苏试试验在机构交流中承认,环试服务毛利率承压,设备板块收入有所下降,主要受部分传统领域市场竞争激烈、价格下行影响,公司计划通过聚焦航空航天、新能源等高附加值新兴赛道优化盈利结构,并推进降本增效策略以改善设备业务经营状况。

国检集团则从应收账款专项清收管控、精益化管理与数智化转型等方面发力,力图缓解阶段性经营压力,同时加大对新材料新能源及国际化方向的投资力度。

整体而言,检验检测行业上半年呈现的分化格局,实质上是行业从“规模扩张”向“结构升级”转型的缩影。随着“十五五”规划对科技创新、质量强国的持续强调,具备半导体检测、集成电路验证、航空航天试验等高技术壁垒能力的机构有望持续获得估值与业绩的双重溢价,而依赖传统周期性下游、转型滞后的企业将面临更大经营压力。

财报前哨站

影片供应丰富且优质 暑期电影票房突破100亿元

证券时报记者 吴志

在《欢迎来龙餐馆》《奥德赛》等重磅新片带动下,2026年暑期档票房继续高歌猛进。

8月15日,国内电影单日票房再度超过3亿元,《欢迎来龙餐馆》单日斩获近2亿元票房,诺兰导演的《奥德赛》单日票房也超过7000万元。

8月16日,电影大盘继续快速上涨。灯塔专业版数据显示,截至8月16日17时,2026年暑期档票房已突破100亿元,较2025年同期高出约5亿元。截至记者发稿,今年暑期档票房排名前三的影片分别为《功夫女足》《八仙!》和《蜘蛛侠:崭新之日》,三部影片分别占据喜剧、动画、动作冒险三大题材方向。

2025年暑期档最终票房为119.66亿元,目前2026年暑期档档期仍有半个月,同时还有多部新片已定档。业内预计,今年暑期档票房有望超过2025年同期。

2026年暑期档整体呈现“前冷后热”特点。6月份暑期档开局,单月票房仅16.45亿元,低于2025年同期;但7月份在多部新片带动下,票房迅速攀升至50.19亿元,较2025年7月高出近10亿元;而今年8月份刚刚过半,单月票房也已超过33亿元。

丰富且优质的影片供应,是今年暑期档票房同比增长的核心原因。

2025年暑期档,《南京照相馆》《流浪山小妖怪》《捕风追影》等影片叫好又叫座,而今年暑期档同样有多部高口碑影片集中上映。

动画电影《八仙!》豆瓣评分达到8.2分,是又一部高口碑国产动画电影;由沈腾领衔主演的《欢迎来龙餐馆》,豆瓣评分高达8.5分,该片自8月11日上映以来,短短数日票房便接近10亿元,多个平台预测其票房有望超过30亿元。

一些高口碑影片,在常规上映期后,继续延长放映,并展现出较强的长尾效应。如高口碑电影《给阿嬷的情书》今年4月30日上映,暑期档内斩获近6亿元票房,助力其总票房成功越过20亿元大关。

除优质内容外,今年暑期档片方、院线集体“让利”,使得电影平均票价较往年进一步下降。截至目前,2026年暑期档整体平均票价约36.6元,较2025年暑期档的37.2元进一步降低,较2024年暑期档的40.9元下降约10.5%。若剔除服务费,今年暑期档平均票价为32.6元,较2024年暑期档下降12%。

在暑期档带动下,2026年总票房目前已超过257亿元,观影人次超过6.5亿。截至8月16日,2026年已诞生8部票房超过10亿元的电影,《飞驰人生3》《功夫女足》《给阿嬷的情书》位居年度票房前三名。

文旅经济要“爆红”更要“长红”

证券时报记者 赵黎昀

依托网络短视频传播生态,近年来不少沉浸式实景景区获得了全国范围的曝光机会。然而,NPC(非玩家角色)模式易被复制、网红热度难以维持、过度依赖线上引流等问题,也让新兴的沉浸式文旅消费面临如何长期稳定发展的核心课题。

在采访中,河南万岁山景区负责人就提及,短视频带来的热度是阶段性红利,只有持续深耕文化内核、常态化迭代内容,才能把瞬时客流转化为稳定复购。这些景区营收全部反哺了产品升级,持续扩充NPC演艺团队、更新实景剧目,不做短期收割,不靠单一网红节目“续命”。

行业人士正逐步意识到,当前商业的发展,供需关系从“生产行为实现消费预期”的供

给端导向,转向“研究消费趋势来预测市场需求、再引导生产行为”的需求端导向。未来标准化文旅街区发展将举步维艰,小体量非标场景抓住情绪消费的机会更大,前提是要坚守在地化逻辑,需要的是“更懂本地人想要什么”且愿意精耕细作的长期主义者。

要践行长期主义,就需摆脱短期流量依赖、构建可持续盈利模式,交出从“爆红”到“长红”的答卷。

而文旅行业破局的关键,在于摒弃粗放式流量思维,转向内容深耕、分层供给、全域融合、稳健经营。结合“十五五”扩消费规划,未来文旅消费的增长点将集中在IP差异化深耕、全消费链条补齐、全域文旅融合、分层精准供给四大方向。

IP差异化深耕,要求市场摆脱简单形式