

以沉浸式文化体验打造文旅 IP 的创新实践研究

——以长安十二时辰为例

刘亚波

中共陕西省委党校 陕西西安

【摘要】文化是旅游的灵魂，旅游是文化的载体。沉浸式文化体验作为一种新兴模式，通过场景还原、角色扮演、互动体验等方式，让游客身临其境地感受历史文化，成为文旅行业的新风口。“长安十二时辰”主题街区正是这一趋势的典型代表。长安十二时辰深度融合电视剧《长安十二时辰》IP，深耕唐朝市井文化，在街区精心打造以“三大主题空间、六大沉浸场景”为核心的国内首个沉浸式唐风市井生活体验地，从专属产品的开发设计、到全业态一站聚合，长安十二时辰主题街区呈现出了一个原汁原味的全唐市井生活体验空间，它的这一做法不仅为游客带来了独特的文化旅游体验，也为文旅 IP 的打造提供了新思路和新模式。

【关键词】沉浸式体验；文旅 IP；长安十二时辰

【收稿日期】2025 年 4 月 18 日

【出刊日期】2025 年 5 月 8 日

【DOI】10.12208/j.ssr.20250197

Research on innovative practices of creating cultural tourism IP through immersive cultural experiences

——Taking Chang'an Twelve Hours as an example

Yabo Liu

Party School of Shaanxi Provincial Committee of C.P.C, Xi'an, Shaanxi

【Abstract】Culture is the soul of tourism, and tourism is the carrier of culture. Immersive cultural experience, as an emerging model, through scene restoration, role-playing, interactive experience and other methods, enables tourists to experience historical culture in an immersive way, becoming a new trend in the cultural tourism industry. The "Chang'an Twelve Hours" theme district is a typical representative of this trend. The Chang'an Twelve Hours deeply integrates the IP of the TV series "Chang'an Twelve Hours", delves into the Tang Dynasty's market culture, and meticulously creates the first domestic immersive Tang-style market life experience place with "three major theme spaces and six immersive scenes" in the district. From the development and design of exclusive products to the one-stop aggregation of all business forms, the Chang'an Twelve Hours theme district presents an original and authentic full Tang-style market life experience space. Its approach not only brings tourists a unique cultural tourism experience but also provides new ideas and models for the creation of cultural tourism IPs.

【Keywords】Immersive experience; Cultural Tourism IP; Chang'an Twelve Hour Stages

1 从影视爆款到文化地标的华丽转化

1.1 长安十二时辰文旅 IP 的起源

《长安十二时辰》源自马伯庸创作的同名小说，小说以唐玄宗天宝三载上元节（正月十五）的长安城为背景，讲述了上元节当日，长安城陷入危局，死囚张小敬临危受命，与少年名士李必携手在十二时辰内拯救长安的故事。这部小说凭借其紧凑的剧情、丰富的历史

细节和鲜活的人物形象，吸引了众多读者。2019 年，小说被改编成电视剧，一经播出便引发收视热潮。电视剧在制作上精益求精，从场景搭建到服饰道具，从人物妆容到礼仪规范，都高度还原了唐朝上元节的繁华盛景，将观众带入了那个充满烟火气与危机四伏的大唐长安。精美的画面、跌宕起伏的剧情以及演员们出色的表演，使得《长安十二时辰》在豆瓣获得了较高评分，

作者简介：刘亚波（1980-）女，中共陕西省委党校文化与科技教研部副教授，主要研究方向为文化建设与家风家教。

成为影视行业的口碑佳作，也为后续的文旅 IP 开发奠定了坚实的粉丝基础和品牌知名度。

1.2 从影视到文旅的成功转化

随着影视版的成功，《长安十二时辰》的 IP 价值开始向文旅领域延伸。其开发团队敏锐地捕捉到观众对于剧中唐朝文化的浓厚兴趣，以影视内容为核心，深度挖掘电视剧中的 120 项唐文化元素，打造了一系列沉浸式文旅项目^[1]。该街区以电视剧《长安十二时辰》IP 为依托，以唐文化为主题，将影视场景与现实商业相结合，通过场景还原、文化演艺、互动体验、特色餐饮等多种形式，让游客仿佛穿越回唐朝，沉浸式感受大唐上元节的热闹氛围，成功实现了由“影视母体——文化基因库——体验场景”的转化。

2 构建五感沉浸式体验系统

2.1 场景还原，构建“可视”的唐朝长安

长安作为十三朝古都，汉唐时期，更是中国对外交流的中心，是世界上最早超过百万人口的城市。长安十二时辰街区以唐代 289 年深厚文化积淀为基础，从“全生活、全场景、全业态、全体验”的整体性出发，深刻再现唐朝市井风情与诗意生活。长安十二时辰街区项目的场景建设由《长安十二时辰》剧组原班美术团队亲手 1:1 打造。主题街区以唐朝长安城为蓝本，对建筑进行了高度还原。从朱雀大街的仿唐建筑布局，到靖安司、望楼等标志性建筑的细致呈现，飞檐斗拱、雕梁画栋，每一处细节都力求再现唐朝建筑的雄浑大气与精致典雅。街道的尺度、建筑的比例以及色彩搭配，都严格遵循唐朝建筑规制，让游客仿佛穿越时空，置身于繁华的大唐长安^[2]。除了建筑外观，街区内还注重对唐朝市井生活场景的还原。街道两旁设置了各类店铺，如酒肆、茶坊、布庄、药铺等，店铺招牌采用唐代书法字体，幌子随风飘动，营造出浓厚的商业氛围。街道上摆放着古代的交通工具，如马车、轿子，还有各种生活用具，如石磨、水井等，生动展现了唐朝百姓的日常生活状态，使游客能够全方位感受唐朝的生活气息。

2.2 文化演艺，展现“可听”的唐朝故事

街区内设置了多个常态化演艺节目，以丰富游客的文化体验。这些节目涵盖了舞蹈、音乐、杂技、戏剧等多种艺术形式，通过生动的表演，展现唐朝的文化风貌和社会生活。例如，三层舞台的区域，以中国首创真人互动式演艺为核心，还原演绎唐代知名乐舞《霓裳羽衣曲》，演职人员优美的舞姿和华丽的服饰，再现了唐玄宗时期宫廷舞蹈的辉煌，让游客身临其境感受大唐市井繁华。除了常态化演艺节目，街区还推出了互动式

演艺体验，让游客参与到剧情之中，成为唐朝故事的一部分。比如，游客可以参与“长安捉贼”的互动游戏，在街区内跟随剧中角色张小敬一起寻找线索，捉拿盗贼，体验紧张刺激的破案过程；也可以参加“唐科举”互动活动，通过答题的方式，了解唐朝的科举制度和文化知识，感受古代文人的生活。

2.3 互动体验，实现“可感”的唐朝生活

长安十二时辰街区为游客提供了丰富的角色扮演体验，游客可以在街区内租赁各种唐代服饰，化上唐代妆容，变身唐朝人，沉浸式感受唐朝的生活方式。在角色扮演过程中，游客可以参与各种互动活动，如参加唐朝的宴会、学习唐代的礼仪、制作唐代的手工艺品等，让游客在亲身体验中深入了解唐朝文化。在 B1 层，有近 60 名 NPC 演职人员会在游客面前触发《长安十二时辰》剧情，游客也可与 NPC 自由互动，如遇李白、杜甫、唐玄宗及杨贵妃等历史人物，游客还可与其吟诗作对。此外，街区内沉浸式体验游戏“大唐夜不眠”，为游客的沉浸式体验增添趣味性和互动，引导游客主动挖掘任务，深度体验场景。此外，借助现代科技手段，街区打造了一系列科技互动体验项目，让游客在感受唐朝文化的同时，也能体验到现代科技的魅力。街区内的“望楼密码”互动体验项目，通过 AR 技术，让游客在手机上破译望楼传递的密码，了解唐朝的情报传递系统，感受古代智慧与现代科技的结合。“光影长安”数字艺术展则利用多媒体技术，将唐朝的历史文化以光影的形式呈现出来，让游客在沉浸式的数字空间中领略唐朝的辉煌，打破了传统展览的静态展示模式，为游客带来全新的互动体验。

2.4 特色餐饮，品味“可尝”的唐朝美食

长安十二时辰主题街区深入挖掘唐朝的饮食文化，推出了一系列复刻唐朝的美食。这些美食不仅在口味上力求还原唐朝的风味，在菜品的造型和命名上也充分体现了唐朝文化的特色。“胡饼”是唐朝时期非常流行的一种面食，街区内的胡饼制作工艺传承了古代的做法，口感酥脆，香气四溢，让人仿佛品尝到了唐朝宫廷的美味。此外，还有各种唐代特色的饮品，如酪浆、葡萄酒等，让游客在品尝美食的同时，感受唐朝饮食文化的独特魅力。

3 创新四维驱动运营模型

长安十二时辰主题街区通过内容生产、技术赋能、商业转化和社群运营四个维度的协同发力，成功打造了一个具有高度沉浸感和商业价值的文旅 IP。

3.1 创新内容生产，打造沉浸式剧情世界

长安十二时辰主题街区建立了“固定剧本+动态事

件”的创新机制。每日精心设计 3-5 个随机剧情，打破游客对传统景区游览的预期，让每次游玩都充满新鲜感。这种动态剧情的设置，使游客仿佛置身于真实的唐代长安市井生活之中，不再是简单的旁观者，而是成为故事的参与者。同时，开发了丰富的 NPC 角色成长体系，涵盖不良人、胡商、仕女等 9 类职业。每个 NPC 都有其独特的背景故事和人物性格，他们在景区内与游客互动交流，推动剧情发展。以“不良人缉凶”任务为例，这个任务巧妙地带动了游客动线的自然分流。当游客参与到这个紧张刺激的缉凶过程中时，他们会跟随线索在景区内穿梭，从而自然地游览到不同的区域，避免了游客集中在某些热门景点造成拥堵，同时也丰富了游客的游览体验，让他们在解谜破案的过程中深入了解唐代的社会风貌和文化特色。

3.2 强化技术赋能，助力沉浸式体验升级

在技术应用方面，长安十二时辰主题街区走在行业前列。通过应用 LBS 定位技术，实现了场景联动触发^[3]。当游客进入特定区域时，与之相关的剧情、音效、光影等元素会自动触发，进一步增强了游客的沉浸感。当游客走到朱雀大街时，LBS 定位系统识别位置后，瞬间周边响起热闹的叫卖声，身着唐代服饰的 NPC 穿梭其中，仿佛将游客瞬间拉回了繁华的大唐盛世。搭建的“唐宇宙”数字孪生系统更是一大亮点。它能够实时沉淀用户行为数据，通过对这些数据的分析，运营者可以深入了解游客的喜好、游览习惯等信息，从而为精准营销和服务优化提供有力依据。比如，系统分析发现大部分游客在某个特定区域停留时间较长，且对某类文化展示兴趣浓厚，运营者便可以针对性地增加该区域的互动体验项目，或举办相关主题活动，提升游客满意度。此外，开发的区块链数字门票也别具一格。门票不仅具有传统门票的入园功能，还赋予游客专属的唐风数字身份。游客可以凭借这个数字身份在景区内参与各种线上线下互动活动，解锁独特的数字权益，如虚拟的唐代宝物、专属的剧情任务等，为游客带来了独一无二的体验，同时也提升了景区的品牌形象和科技感。

3.3 转化商业模式，创新营收结构

长安十二时辰主题街区首创了“基础门票+场景消费+衍生品”的三级营收结构。基础门票作为游客进入景区的门槛，为景区运营提供了基本的资金保障。而场景消费则是景区营收的重要增长点，景区内还原的唐代市井生活场景，开设了众多特色店铺，游客可以在游览过程中购买唐代特色美食、手工艺品等，亲身体验唐代的消费文化。其中，“时辰锦囊”文创盲盒系统备受游

客喜爱，复购率高达 37%。盲盒内随机放置与唐代文化相关的小物件，如唐代风格的书签、钥匙扣、迷你手办等，这种未知的惊喜激发了游客的购买欲望，同时也传播了唐代文化。此外，景区还建立了唐妆体验馆等 6 个二消主力业态。游客可以在唐妆体验馆内，由专业化妆师根据唐代妆容特点为自己化妆，穿上华丽的唐装，拍照留念，留下独特的旅行记忆，这些二消项目极大地挖掘了游客的消费潜力，增加了景区的收入^[4]。

3.4 创新社群运营，激发用户粘性

社群运营是长安十二时辰主题街区运营创新的又一关键维度。街区构建了“唐潮人”会员体系，设置了翰林、进士、状元等不同等级。会员可以享受诸如优先入园、专属活动参与权、积分兑换礼品等特权，通过这种方式增强了游客对街区的归属感和忠诚度。同时，积极开展“长安诗会”等线上线下联动活动^[5]。线上，通过社交媒体平台发布诗会主题和规则，吸引会员参与诗歌创作和投稿；线下，在街区内举办盛大的诗会活动，邀请会员现场朗诵自己的作品，评选出优秀作品并给予奖励。这种线上线下的互动，不仅丰富了会员的文化生活，也进一步传播了唐代诗词文化。值得一提的是，街区成功孵化了 127 名素人唐风达人。这些达人在社交媒体平台上分享自己在长安十二时辰的游玩体验、唐装穿搭、唐代文化知识等内容，产生了 2.3 万条 UGC 内容。这些真实、生动的用户生成内容，吸引了更多潜在游客的关注，形成了良好的口碑传播效应，为街区带来了源源不断的客流量。

4 长安十二时辰打造文旅 IP 创新的经验启示

4.1 精准定位深度挖掘唐文化价值

长安十二时辰以唐朝上元节为故事背景，将唐朝的节日庆典、民俗活动、饮食文化、服饰文化等元素有机融合在一起，为游客呈现了一个丰富多彩的唐朝文化世界。这种精准的文化定位，不仅使文旅 IP 具有鲜明的特色和辨识度，也能够满足游客对于唐朝文化的好奇心和探索欲。在打造文旅 IP 的过程中，要构建“可参与的传统文化”，不能仅仅是停留在对文化的表面展示，更应注重挖掘文化的内涵。通过精心的场景还原和剧情设计，让文化元素从冰冷的符号转化为能够引发游客情感共鸣的生动故事。通过角色扮演这一创新方式，游客能够穿上唐装，扮演唐代的各种角色，如文人墨客、市井小贩等，游客不再是远远地观望文物，而是置身于唐代长安的市井生活中，亲身感受唐代的文化氛围，以及唐朝人民的智慧、勇敢和乐观的生活态度。让游客在沉浸式体验中，感受到唐文化的魅力和价值，

实现了从符号陈列到情感共鸣的跨越。

4.2 创新体验形式提升游客参与度

文旅 IP 打造应关注游客的个性化体验,根据不同年龄、性别、兴趣爱好的游客群体,设计多样化的体验项目和活动,让每个游客都能找到自己感兴趣的内容,增强游客的满意度和忠诚度。长安十二时辰通过场景还原、文化演艺、互动体验等多种形式,打造全方位、多层次的沉浸式旅游产品,满足了不同游客的个性化需求^[6]。同时,要不断创新体验形式,引入新的科技手段和互动方式,满足游客日益多样化的需求。鼓励游客积极参与到文旅项目的体验和创作中,提高游客的参与度。通过互动游戏、手工制作、文化活动等形式,让游客成为文化体验的主体,而不仅仅是旁观者。游客的参与不仅能增加旅游的趣味性,还能加深游客对文化的理解和记忆,通过游客的口碑传播,进一步扩大文旅 IP 的影响力。

4.3 创新融合实现跨领域融合发展

长安十二时辰文旅 IP 的成功打造,得益于影视与文旅的深度融合。影视作为 IP 的源头,为文旅 IP 提供了强大的品牌影响力和内容支撑;文旅 IP 则通过场景还原、互动体验等方式,将影视中的虚拟世界转化为现实场景,让观众能够亲身参与其中,进一步拓展了 IP 的价值空间。这种影视与文旅的双向赋能,实现了内容创作与产业运营的有机结合,为文旅 IP 的发展提供了新的模式。

在文旅 IP 的打造过程中,长安十二时辰遵循技术应用的“隐形化”原则,充分运用现代科技手段,实现文化与科技的融合创新^[7]。通过 AR、VR、多媒体等技术,为游客提供更加丰富、生动的沉浸式体验,打破了传统文旅项目的时空限制,提升了游客的参与度和体验感。同时,它巧妙地将现代科技融入景区运营,却又避免了科技感过于突兀而破坏历史沉浸感。此外,长安十二时辰主题街区注重场景化应用。通过分析游客动线热力图,运营者能够清晰地了解游客在景区内的流动轨迹和停留热点区域。这些数据为内容迭代提供了有力依据,运营者可以根据游客的行为偏好,调整街区内的表演节目安排、店铺布局以及互动活动设置,不断优化游客体验,提升景区的吸引力。

4.4 注重品牌运营和全产业链协同发展

品牌是文旅 IP 的核心竞争力,长安十二时辰文旅 IP 通过多种渠道和方式,不断提升它的知名度和美誉度。一方面,利用影视、社交媒体、线下活动等多种平台,进行品牌宣传和推广,吸引了大量粉丝的关注;另一方面,通过打造高品质的文旅项目,提升游客的满意度和口碑,形成良好的品牌形象。长安十二时辰展现了

从“单一爆款”到“IP 宇宙”的进化路径^[8]。围绕长安十二时辰文旅 IP,进行全产业链开发,实现了影视、文旅、衍生品、文创等多个领域的协同发展。在这个生态中,各个元素相互关联、相互促进,不断拓展 IP 的影响力和商业价值,实现了 IP 价值的最大化。

4.5 破解了“门票经济”的三大困局

首先实现了体验时长的价值转化。长安十二时辰通过丰富的剧情设置和多样化的互动体验项目,延长游客在景区内的停留时间。游客不再是走马观花地游览,而是沉浸其中,深度体验唐代文化。随着体验时长的增加,游客对景区的价值感知也在提升,从而愿意为这种独特的体验支付更高的费用,实现了从单纯门票收入向体验时长价值的转化。其次实现场景消费的自然嵌入。景区内还原的唐代市井场景为场景消费提供了天然的土壤。游客在游览过程中,自然而然地被各种特色店铺和美食摊位所吸引,购买唐代特色的手工艺品、品尝唐代美食等。这种场景消费的自然嵌入,不仅增加了景区的收入来源,还丰富了游客的游览体验,让他们在消费的同时更好地感受唐代的商业文化。此外实现了 IP 衍生价值的延伸。通过开发一系列的 IP 衍生产品,长安十二时辰将 IP 的价值延伸到景区之外。这些衍生产品不仅具有纪念意义,还成为传播唐代文化和景区品牌的重要载体。游客购买衍生产品后,在日常生活中也能持续感受到长安十二时辰的文化魅力,进一步提升了 IP 的影响力和商业价值。

参考文献

- [1] 杨凯碟,沉浸式体验新空间的旅游者体验[J],科技和产业,2024,21:133-137.
- [2] 马欢,文旅融合背景下沉浸式旅游产品的开发[J],市场周刊,2023,36(8):93-96.
- [3] 杨光,魏晓峰,王瑞等,黑龙江省冰雪文旅产业的创新、融合与发展[J],冰雪运动,2022,44(6):80-83.
- [4] 张颖南,沉浸式文化内涵体验的文旅融合市场化对策研究[J],经济视野,2024,20:152-154.
- [5] 李瑛,金声琅,程静静.沉浸式体验赋能文旅产业高质量发展驱动机制创新研究——以齐云山景区为例[J].池州学院学报,2024,38(05):77-80.
- [6] 罗雪滢,赵婧.文旅融合背景下乐山旅游沉浸式体验研究[J].市场周刊,2022,35(10):78-81+135.
- [7] 李现森.“沉浸式体验”带火洛阳文旅产业[J].人大建设,2022,(04):19-21.
- [8] 李雪.文旅消费流行“沉浸式体验”[J].民生周刊,2022,(06):22-23.

版权声明: ©2025 作者与开放获取期刊研究中心(OAJRC)所有。本文章按照知识共享署名许可条款发表。

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



OPEN ACCESS