

因体验而奔赴 “周末经济”正被重新定义

■中国城市报记者 王迪

荧光汇成星河,熟悉的旋律响起,全场万人齐声同唱……褪去工作紧绷的节奏,周末踏入北京鸟巢张杰巡演现场,人们瞬间沉浸在音乐构建的共鸣与放松中。同一周末,上海市黄浦区新天地商圈被繁花装点成“情绪疗愈场”,市民漫步于花卉节打造的“橱窗漫游路线”,收藏春天的美好;而在广东省深圳市宝安区,延续近五百年的西乡北帝三月三庙会则吸引着超万名来自粤港澳地区的居民共享盆菜宴……当下,城市的消费及游玩空间不再是购物中心与景点名胜的简单罗列,而是进化成为一个巨大的、可沉浸的“场”——在这里,人们的情绪被接纳、价值被交换、活力被激发。

那么,当“为一次情绪共振安排一次周末活动”成为新常态,城市该打造怎样的“周末剧本”,才能让市民、游客心甘情愿地“为情绪和爱发电”?

参与形式丰富

“吾乃西楚霸王,我项羽回来了”4月18日,第二届江苏省足球超级联赛(“苏超”)宿迁队主场对阵南京队现场,当演员何润东身着霸王铠甲,以“项羽”形象乘战车绕场,并喊出:“宿迁子弟何在”时,场内气氛瞬间被点燃,看台上近三万名观众齐呼:“在、在、在!”这震撼全场的“三连应”,不仅唤醒了宿迁作为“西楚故里”的千年血脉与城市荣光,也让“苏超”重回大众视野,展现了周末的另一种“激情现场”。

中国城市报记者了解到,作为由江苏省体育局与省内13个设区市政府联合打造的省级业余足球联赛,“苏超”的本质是一场政府主导、全民参与的足球盛宴。其最大的特点是去俱乐部化,直接以城市之名组队,并采用主客场双循环赛制,将赛程贯穿春夏秋冬。赛事固定于每周六进行,旨在打造“周末看苏超”的常态化生活方式。

赛场内,历史IP在绿茵场上“活”了过来;赛场外,多个苏超“第二现场”也同步沸腾,从商圈嘉年华到“吃席式”观赛,球迷们的周末被组合成“观赛+逛吃+夜游”的复合新体验。江苏省文旅厅相关处室负责人告诉中国城市报记者,4月18、19日周末两天,宿迁、淮安、徐州三地A级旅游景区共接待游客154.33万人次,环比(上周末)增长34.93%,其中外

地游客达71.07万人次,环比增长39.95%;银联渠道异地文旅消费金额达4.34亿元,环比增长13.02%。

周末,与绿茵场上澎湃的呐喊声遥相呼应的,是古城深处悠远的乐声。在北京市东二环的禄米仓胡同深处,一座始建于明代的古刹智化寺静静矗立。寺内一项被誉为“中国古代音乐活化石”的非物质文化遗产——京音乐,正悄然成为当代年轻人周末的“新宠”。

这项传承近六百年、源于明清宫廷礼乐的古老艺术,以管、笙、鼓、云锣的悠远合鸣,将历史记忆与当代生活悄然连接,为古寺注入了鲜活的“声”命力。不少年轻人利用周末时间,专程从外地而来体验。“原本只是想来躲个清静,却意外被音乐击中了。”00后汉服爱好者林悦分享道,“当云锣声在院中荡开,我好像一下子被拉进了《大明风华》的镜头里。这种体验和刷短视频、听流行乐完全不同——它不靠节奏抓耳,却让人忍不住静下来,想象古代乐师如何在这同一个院落里,奏响同一段旋律。”

现场,像林悦一样专程在周末前来打卡古乐艺术的年轻人不在少数。来自河北保定的白领小李告诉记者,此番来智化寺不光是为了触摸有关明代“土木堡之变”的历史细节,更是为了“聆听一场数百年前的音乐现场”。这种“小而美”的非遗体验,比走马观花的旅行更有吸引力。

业内人士分析,无论是“苏超”借助“项羽”IP的再度“出圈”,还是北京智化寺京音乐的静水流深,这种“文化破圈”现象的核心,在于将抽象的地域符号转化为人们可感知、可参与的沉浸式体验。多地都在想办法抢抓周末这个“流量档期”,尝试制造“超级周末”现象,但若缺乏对本土文化内核的深度挖掘与持续的内容运营,则极易使热度消退。如何让“网红”变“长红”,让“玩转周末”持续具有吸引力,考验的是各地在“体育+文旅”“非遗+生活”等方面的创新能力,而非仅依赖单一事件的偶然“出圈”。

场景空间重构

在南京路上,欣赏第一百货“万物一马·花开一百”主题艺术橱窗,在BFC外滩金融中心打卡“宇宙花花节”沉浸式装置,在大学路上于诗与花交织而成“诗花驿站”里小憩……4月的上海周末,许多年轻人或三五成群,或独自悠然,循着上

海国际花卉节的“City Walk 橱窗漫游路线”,用脚步丈量“橱窗里的城市与春天”,用目光采集一座“流动的商业美术馆”。一位在新天地商圈“东台好市·花语集”流连的市民张东告诉中国城市报记者:“平时逛商场是买东西,但今天感觉是在‘逛春天’。橱窗里不再是冷冰冰的模特和标价,而是有故事的花艺,让人忍不住想拍照、想进去看看。”

这种转变的背后,是空间运营思维的深刻变革。第一百货商业管理有限公司副总经理王雅南表示:“橱窗的价值,其实远不止于商业展示。当它承载了城市的文化主题与公共情绪,成为街道与商业空间最生动的对话界面时,就从一个‘货品陈列窗’,升维为一个‘城市会客厅’和‘情感连接器’。我们此次的策展主题正是深入融合了花卉元素与人的情绪感知,围绕‘商业美学与情感体验共生’的核心理念,呈现出一场兼具视觉美感与文化温度的沉浸式橱窗艺术盛宴。”

与此同时,本届上海国际花卉节还将传统街区广场与公共绿地创意设计、重构为一系列“可进入、可互动、可消费”的叙事场景,让空间不再是被动等待消费的容器,而是主动创造话题、激发分享、引导探索的“超级媒介”。

另一边,以广东省深圳市宝安区西乡北帝三月三庙会为依托展现出的热闹周末,则彰显了另一种空间重构的磅礴力量——将整个城镇街区,变成一个全景式、高沉浸的“民俗活态博物馆”。巡游队伍穿过现代街道,水上庙会的花船荡漾

在西乡河,万人盆菜宴在街头摆开,古老的祈福仪式与机器人表演同台……历史文脉、市井烟火、现代商业在同一个时空里交融共振。

据悉,此次庙会期间,周边3公里内的商圈餐饮人气爆棚,酒店一房难求,短短9天便带动超2.3亿元的综合消费。这股消费热潮不仅体现在餐饮住宿的刚性需求里,更延伸至文创消费领域。在现场的文创市集里,年轻人穿梭于一个个摊位前,对融合“岁岁”“安安”庙会IP的文创手办、非遗作品爱不释手,不少人排队扫码,只为将这份承载着文化记忆与美好祝愿的“可带走仪式感”收入囊中。

业态舞台拓展

近期的一个周末,在山东省临沂市沂南县红嫂家乡旅游区,行进式体验项目“重走支前路”让游客彻底“变身”。他们被编入运输队、救护队,推起独轮车,在“枪林弹雨”中穿越古村,完成支前任务。游客张女士周末专程带孩子前来体验,她对中国城市报记者表示,比起在课本里看历史,让孩子自己推起小车、扛起粮食,才能真正让其明白今天美好生活的来之不易。“这趟‘红色沉浸式剧本体验’,好玩且非常有教育意义。”张女士说。

这种以“角色代入”为核心的沉浸式体验模式,也正从红色文旅延伸至更广阔的乡村休闲场景。不久前,陕西省汉中市西乡县的茶叶樱桃采摘季如约而至。不少年轻游客利用周末时间,来到樱桃沟景区,换上汉服,手持提篮,穿梭于缀满果

实的樱桃林间。他们既体验“一日果农”的田园野趣,也扮演着春日雅集里的“同游者”,在山歌互动与市集寻宝中,完成了一场关于春天的“沉浸式叙事”。

北京大学艺术学院教授、北京大学文化产业研究院院长、文化和旅游部文化和旅游研究基地首席专家向勇在接受中国城市报记者采访时分析称,打造沉浸式、体验驱动的“周末经济”,核心在于营造一个能让游客深度参与、产生情感共鸣与价值共创的场域。无论是剧本创作,还是运营模式,最终都要回归到以游客深度体验为中心、以文化挖掘为根本、以价值共创为逻辑的发展思路,将体验从一般性的网红打卡升级为激活城市创新活力、发挥文化赋能地方经济持续发展的关键因素。

具体而言,一是要平衡剧本引导和游客自主性,防止体验活动流于形式、沦为走过场。二是通过低门槛共创、任务卡等方式激活游客自主性,将游客的打卡互动转化为有价值的内容。同时,加强体验项目的动态迭代升级,收集顾客反馈信息,让体验与游客情感需求同频共振。“总之,体验项目评估的关键在于遵循在地文化原则,若没有对真实文化根脉的挖掘和好的创意巧思,再好的设计也不过是风格布置。”向勇说。

此外,向勇认为,打造城市深度体验项目,助力“周末经济”持续升级,需要构建可持续商业模式,兼顾社会与经济效益,将一次性场景消费升级为IP全生态价值实现与在地共生共创模式。



周末,年轻人在上海第一百货“万物一马·花开一百”主题艺术橱窗前拍照打卡。
上海第一百货供图