

横店短剧体验走红,游客花钱“过戏瘾”

■中国城市报记者 张亚欣

浙江横店剧组少了,片场却更忙了。

近期,明清宫苑、清明上河图的实景里,穿戏服排队的人比往年多了。今年10月1日至5日,游客只需花549元买一张“黄金周专属票”,就能在导演、摄影、妆造的配合下拍一部自己的竖屏短剧,成片带走。据横店影视城客服介绍,黄金周票价较平日高出50元,景区门票、拍摄和妆造三项服务均包含在内。游客须提前一天预约,单次拍摄时长约1至1.5小时。

另据迈点研究院发布的报告,今年上半年,横店每周平均只有22.75个剧组在拍,比去年同期少了近四分之一,摄影棚空置率最高时接近八成;同期暑期体验短剧拍摄的散客人数同比增长近3倍。剧组与游客的此消彼长也正在改变影视基地的收入结构。

情绪出口成为短剧体验的新消费锚点

今年以来,横店的剧组在减少,游客的订单却在增加。据横店影视城官方小程序与东阳文旅公布的信息,短剧体验按套餐分档——游客花218元就能“全资进组”,只是不含妆造;388元档则包含全套妆造。国庆黄金周期间,单园区拍摄套餐从平日的499元上调至549元,可供拍摄的体验片场增至15个,部分场景还有园区NPC免费搭戏。客服提供的片单显示,可选剧本为24个经典影视片段,其中12个含“打耳光”桥段。某短视频平台“我在横店过戏瘾”话题总播放量,同期突破3.4亿次。

有游客在社交平台分享称,她在横店拍了一次单人竖屏短剧,选的是388元含全套妆造的档位。最初的动心来自睡前刷到的一条短视频,画面里一个姑娘穿着旗装,对着镜头喊“臣妾要告发熹贵妃私通”,后面跟着一个扇耳光的镜头。她的第一反应是觉得太土,但转念又想,自己也可以去拍。

“游客掏388元贵不贵,取决于他心里拿什么来比。”从事影视体验类产品多年的董泽华在接受中国城市报记者采访时分析,网上关于性价比的讨论,说明游客的对照物被撬动了。他测算,散客的消费“甜区”在200元至600元,转化最好的是300元至400元档。

还有游客提到,拍摄现场比预想的认真:导演真喊“Action”(开始);若台词念得像念说明书,导演就把长台词拆短,带着她一句一句顺。让她意外的是成片长度,拍了40多分钟,到手只有一分多钟。她想拍的《甄嬛传》片段没约上,客服称国庆前几天的档期已满。

多位游客在分享中提到,最痛快的是扇巴掌那场戏,导演喊“你真的扇,不用怕”,一巴掌下去,拍完笑到蹲在地上。董泽华提到,游客愿意掏钱,图的就是一个情绪出口。据中国旅游研究院调研数据,68%的国内游客把“情感体验”列为出游首要目的,选择“景观观赏”的仅23%。

据横店方面介绍,短剧产品上线前,横店的游客里老年群体和青少年研学群体占六到七成,多是围观拍戏;产品上线后,年轻群体占比升至七成,亲子家庭占到两三成。有游客把成片发到小红书平台,评论区

不断有人问地址和价格;涌来的订单恰好撞上了横店片场的空档期。

横店把影视产能“零售”给散客

去年,在横店需要提前一个月协调的场地,如今临时调整也能安排,一些中型摄影棚整周空置;据统计,2025年全年新开机竖屏微短剧剧组4016个、同比增长237%,到今年5月底,接待的短剧剧组已比去年同期少了一半。场地空出来,并不等于产品做成了。

“片场原本只服务剧组,如今要面向大众消费,中间隔着一整套工业能力的适配。”中国传媒大学文化产业管理学院硕士生导师、中国文化产业协会沉浸式文旅产业专业委员会主任委员卜希霆在接受中国城市报记者采访时表示,专业力量要能下沉到散客;场景要自带公众记忆,游客踏进去就有情绪代入;产品要有明确交付物,闲置产能还要能分时复用。

据横店影视城微电影团队介绍,日常每天可同时开拍10至20组,拍摄流程拆解为选本、妆造、导戏、拍摄、出片5个环节;最短30分钟拍完一条,基础成片最快当天可取,1到2分钟的精修成片两天内交付。卜希霆认为,明清宫苑、清明上河图是《甄嬛传》《步步惊心》等“爆款”剧集的原生拍摄地,游客踏进片场就完成了情绪代入;549元套餐涵盖门票、剧本、妆造、拍摄与后期,从下单到社交传播是一条完整的链条;剧组空档期的外景与空置摄影棚分时复用,生产淡季正好接住体验旺季。

今年10月,江苏无锡影都推出全市首个游客微短剧体验

项目,推广价599元/人,3人成团;河南洛阳洛邑古城的古风短剧体验,单人398元,团队298元/人。

“地方可以仿建场景,但仿不出场景里的作品记忆。”卜希霆认为,横店的建筑有上百部影视作品的拍摄沉淀,新建的仿建场景只是空壳,游客难以产生情感代入;服化道、摄制、后期、演员生态从零搭建,成本高、品控难。地方项目的机会在于做本土题材,很难达到横店的量级。

一些地方则另辟蹊径。今年暑期,浙江省绍兴市新昌县将《笑傲江湖》《天龙八部》的拍摄地整合为5条主题线路。据新昌县文旅集团副总经理何佳妮介绍,大佛寺、十九峰、天姥山等景区暑期旅游收入超过4000万元,同比增幅9.08%;累计接待游客219.7万人次,较去年同期增长约7.9%。山东省潍坊市坊子区的坊茨小镇现存德日式建筑166处,胶济铁路坊子站旧址亦在其中。目前在此取景的影视剧已超过30部,网络短剧逾200部。山东省济宁市梁山县的水浒影视城,则在双节期间日均上演300场演艺、配置200名水浒主题NPC巡游。

至于成本,短剧体验属于人力密集型业态,董泽华测算,一组拍摄要配导演、摄影、妆造加一到两名搭戏NPC,实际占用两小时以上。横店群演每人10小时基础酬劳约135元,前景演员每人基础酬劳为200元至400元。单看散客短剧,净利能做到20%到30%。

今年国庆假期的高订单量顶到了产能的天花板。横店微电影项目导演张金泉此前在接受媒体采访时称,国庆假期前一天晚上,他还在两个景区之

间协调跑错片场的游客,晚上6点多一个片场仍排着十几组人。NPC白天要在园区互动,晚上才有空。据董泽华观察,想选多NPC剧本的游客选不上,导演只能一人分饰多角、现场改词。

供给工业化比内容迭代更“急”

一张数百元的票只覆盖门票和基础拍摄,对于游客而言,进来之后的住宿、餐饮、文创才是更大的支出。横店影视城入戏里酒店·广州街店总经理杨淑珍介绍,该酒店有287间影视主题客房,暑期入住率基本达到100%,订单量比去年增长40%到50%。

在卜希霆看来,短剧体验眼下仍靠话题驱动,要长成稳定业态,还需注意以下要点:产业链延伸上,需打造“拍摄+餐饮+住宿+文创”全链路套餐;内容迭代上,剧本同质化高,需快速迭代,结合热播剧同步上线新剧本,推出限定主题、连载式体验以提升复购率;运营效率上,需数字化提效,如推出标准化模板、预制妆造、智能剪辑等,并开发企业团建等淡季产品平抑客流波动。

“大家说先要更新内容,我认为最急的是供给的工业化。”董泽华提到,横店计划把首批19个NPC片场改造为短剧体验片场、搭戏演员超过500人,是想把培训体系、分级定价、职业通道重新搭起来。“能不能卖出第一单只决定开局,能不能稳定交付才决定‘生死’。现在很多地方是能卖出去,却交不出来。”

“复购”是更难的一题。据横店方面公布的测算数据,按年接待1457万人次、1%转化率推算,这类体验的年营收规模约5432万元。但短剧体验属于典型的一次性消费,复购率不足3%;相比之下,单个剧组的日均消费约8万元,是散客客单价的约200倍。董泽华认为散客天然低复购,“一辈子拍一次‘甄嬛’就够了,硬拗复购率没有意义”,可行的路有两条,即系列化剧本与深挖高复购的团客、垂类圈层。

此外,风险也在积累。董泽华预判,明年各地项目集中上线,价格战几乎不可避免。更需提前处理的是版权,用《甄嬛传》《还珠格格》一类经典剧集桥段做商业化体验,小范围试水尚在“灰度”,一旦做成规模标本,版权风险会显著放大。

北京怀柔：400年古油松引客来“北极乡”里赏秋色

10月14日,由北京市文化和旅游局组织的2026喇叭沟门生态文旅探访活动举行。探访团走进怀柔区喇叭沟门满族乡(北京“北极乡”)帽山村古树生境花园——以400年古油松为核心、融汇星空生态与满乡风情的生态文旅空间,了解北京“北极乡”文旅融合发展情况;随后深入北京喇叭沟原始森林公园,感受“京城秋色第一站”的初秋盛景,为“我在北京看古树”计划及“看见不一样的北京”(北京十大“看”点全民征集活动)增添鲜活内容。图为探访团成员在帽山村古树生境花园用手机拍摄古油松,感受古树与生态空间相融的秋日景致。

中国城市报记者 张亚欣摄

