

沉浸式文旅+餐饮 有文化味更有仪式感

□ 本报首席记者 王 洋

“一朝步入盛宴，一宴梦回千年”是什么感受？日前，江苏南京游客朱一墨带着满满的好奇心走进了提早约好的位于杭州的汉文化美食剧场——宫宴。“晚上7点开餐，我跟小伙伴4点多就来妆造了，体验帝王宴饮的仪式感是不可少的。”盛装赴宴的朱一墨在成功打卡后，又发了一条颇有仪式感的朋友圈：“在这里，美食是流动的历史，餐厅是沉浸的剧场，用餐是穿越的旅程……每一口都咀嚼着文化的厚度，每一步都踏响时空的回音。”

如今，餐饮空间正经历从“功能性场所”到“体验型社交场”的转变，特别是，当文化演出串联餐饮流程，当智能交互装置、虚拟现实技术丰富餐饮体验……传统餐饮空间的边界正在被重构。正如有专家所说，沉浸式文旅+餐饮构建了一个完整的“平行世界”。



场景革命 “梦”回千年

在中国饮食文化长达数千年的历史积淀中，形成了一套独有的、庄重的宴聚文化，而“礼”始终贯穿其中。在北京、上海、杭州赴宫宴，可以体验绵延千年的宫廷食礼文化；在成都赴蜀宴赋，可以感受蜀地诗词歌赋的文化魅力；在洛阳赴武皇盛宴，可以探秘一代女皇的传奇人生；在西安赴乐宴·盛唐，可以重温大唐盛世的繁荣与气度……

近年来，美食与艺术相交融的沉浸式文化主题餐秀IP在各地如雨后春笋般涌现。它们大都融合宫廷御宴、主题演绎、文化元素于一体，成为当地的文旅名片，吸引着游客争相体验。

美团旅行数据显示，今年前3个月，“沉浸式演出+餐饮”搜索量同比上涨近275%。上海、杭州、无锡、北京、合肥、苏州等地游客更喜欢搜索此类体验。“沉浸式体验正激发文旅融合新活力，让游客仿佛‘穿越’在历史

时空中，体验深度旅游。”美团旅行相关负责人告诉记者，越来越多的消费者认为，做好古风妆造沉浸式赴宴，不仅是一次美食体验，更是一次文化传承。

谈及沉浸式文化主题餐秀的场景打造如何才能深入人心，避免同质化？北京瀚唐风景设计公司创始人、宫宴设计顾问唐云认为，产品要充分彰显“平等”的设计理念，明确服务对象始终是普通的中国老百姓。“每个人对美的理解是不同的，每个人对于空间背后的文化预设也是不同的，我们要做到的是找到契合的连接点。”唐云告诉记者，宫宴演出的最大特色，便是以周朝饮食礼制中的“燕享食礼”为历史背景，通过舞蹈来伴宴，为观众带来一场别开生面的视听盛宴。“如果每一个来到这里的人都能看到中国文化之美，宫宴的价值

就达到了。”

“乐宴·盛唐项目的核心差异化优势体现在当地文化基因与科技赋能的深度融合。”长安十二时辰主题街区餐饮负责人介绍，作为根植于西安本土的主题餐秀，该项目将唐文化凝练在建筑装饰、餐饮器具、演艺互动等方面，并用科技让历史场景活化。”例如，舞台上的‘李白’与‘杜甫’提笔挥毫时，凌空写下的诗句通过裸眼3D成像技术化作动态投影呈现在食客眼前，将诗词的磅礴美感与冲击力具象化呈现。”

在河南省餐饮与住宿行业协会



副秘书长靳中兴看来，沉浸式文旅+餐饮的体验是一种“文化仪式感再造”。“仪式不是摆盘与汉服的堆砌，而是通过历史叙事、互动设计

与本地文化勾连，让体验‘入心’。”靳中兴以武皇盛宴为例说，其“妆造司”免费提供汉服与发饰，演员与游客即兴对诗，皆是“让仪式自然生长于场景中”。

“场景革命最‘狠’的是把‘饱腹’变成了‘饱魂’。”光合声创始人、导演图拉古告诉记者，“过去文旅餐饮卖的是‘位置’，看看是否上了必吃榜，现在卖的是‘位移’，就是从物理空间到精神世界。”

模式创新 为“值”买单

事实上，沉浸式文旅+餐饮这种业态并不新鲜，早在10多年前就已经出现。浙江旅游科学学院院长张晓峰介绍，那时候，餐饮企业向沉浸式转型的居多，如长沙的超级文和友。近些年，越来越多的文旅企业开始进入这个领域，如陕文投集团投资的长安十二时辰乐宴·盛唐项目。

如今，这类业态也存在分化趋势，有的美食占比很重辅以场景打造和节目演艺，如唐山宴、超级文和友；有的则以演出为主辅以小吃，如开心麻花打造的沉浸式喜剧“偷心晚宴”；有的则兼顾两者，如宫宴、蜀宴赋等，在不断精进演艺产品时，严格把控出品的宫廷菜式，每一道都精致得宛如艺术品。

记者采访时发现，成功的沉浸式文化主题餐秀项目大都具有高溢价能力，同时复购率表现不俗。有相关

分析报告显示，沉浸式餐厅客单价通常比普通餐厅高30%—200%，但消费者为体验付费的意愿却更强。以杭州宫宴为例，正在售卖的春日宴午膳价格为VIP席第一排598元/位，第二排498元/位，宴会席398元/位，晚膳则每个梯度增加100元，微信小程序提前一个月开放选座预订，每场可容纳280人。

“宫宴预订只需要登录微信小程序即可选择心仪的座位，蹲守的消费者往往会在发售的第一时间把第一排订购一空。”令唐云感到欣慰的是，宫宴有着高传播、高转化、高复购三大特点，“每一个来宫宴穿上汉服的人都是中国文化的守护者。”

沉浸式汉文化主题餐秀蜀宴赋总经理周青亮认为，沉浸式文化主题餐秀本质上还是一个产品，要盈利就要让产品是社会所需的，是客户认为值

得的。“标价几百元一位，那就要提供价值几百元的内容，包括餐食、节目、服务、文化影响。控制合理的利润，才能保证企业有投资回报和持续发展产品的资金。”在他看来，“只要热爱中华优秀传统文化，用心去做精品艺术，项目的新鲜感和吸引力是没有瓶颈的。因为传统文化是永不枯竭的源泉。”

长安十二时辰主题街区餐饮负责人介绍，在营利模式方面，乐宴·盛唐在原有的餐饮项目运营基础上叠加真人演绎互动、汉服换装体验、餐秀衍生文创等模块，串联起从换装摄影、餐秀体验到文创售卖一系列消费链条，大大提升了单一餐饮的文化附加值，在提高客单价的同时，还间接拉动二次消费。”面市至今，乐宴·盛唐共演出了800多场，接待了7万多名海内外游客，项目及带动的二消累计为街区创造了超千万元的营收。”

撬动消费 持续保“鲜”

随着越来越多的消费者对于餐饮的需求超越了单纯的饱腹功能，愈发追求独特、多元的体验，沉浸式文化主题餐秀正成为拉动文旅消费的新热点。

有专家分析，这类消费产品能迅速走红，核心在于精准击中了当下消费者的痛点与需求，为他们提供了一个绝佳的社交平台。消费者不仅可以在这里享受美食，更能通过换装、互动等环节，获得独特的体验，进而为在社交媒体上分享提供素材。特别是，随着文化自信的提升，人们对于传统文化的兴趣日益浓厚，餐秀作为文化的承载与传播载体，为消费者打开了一扇深入了解传统文化的窗口。

如今，各地的沉浸式文旅餐秀

企业也在抓住发展契机，精准定位，深挖本地文化，打造差异化特色。而要在竞争激烈的市场中保持长盛不衰，持续的创新与新鲜感的营造至关重要。

新鲜感从哪来？记者梳理中发现，沉浸式文化主题餐秀主要有以下几个方向。首先是内容创新，结合地域文化，并根据季节时令进行更新迭代，如宫宴正在推出的春日宴，蜀宴赋上新的料峭春风宴等，演出编排采用不同朝代的乐舞搭配当季特色餐食，让消费者获得意外惊喜。此外，不少餐秀还会结合热点，开发新的主题内容，如上海叙宴推出的哪吒真人版餐秀灵珠宴，融合舞蹈、器乐、情景表演与光影技术，

赋予消费者电影同款妆造，使其化身剧情参与者。

其次是互动升级，让消费者成为主角。位于四川甘孜州丹巴县的“冬沐阳”系列主题活动全景沉浸式嘉绒文化主题餐秀，设置了“东女王梳妆”“东女王巡游”等多个互动环节。消费者不仅能欣赏嘉绒服饰展示、品尝地道美食，还能参与寻找“智者”的游戏，完成挑战获得嘉绒勇士证书，极大提升了体验的趣味性 & 独特性。

张晓峰建议，这类项目要想保持新鲜感和吸引力，还可以做两方面工作。一方面，做到与用户共创UGC（用户生成内容），例如，长沙的楚汉宴设立“食客编剧奖”，用户投稿剧情被采纳可获终身免单权，每月

产生200多个新剧本创意；另一方面绑定会员体系，设置成长型权益，不同级别的会员给与不同的福利，还可以通过社群裂变激励的方式，让老顾客推荐新顾客，通过圈层传播降低获客成本。

“沉浸式文化主题餐秀项目本质在于创造力和供应链的整合。”图拉古提醒，切忌把文化当佐料撒，必须要深化体验，加深对科技的应用，同时增加情绪价值和叙事属性。他始终认为，“观看只是了解，参与才是体验”，唯有让消费者不断参与，才能令产品保持生命力。（本文配图为沉浸式文化主题餐秀的演出现场及特色菜品 受访者供图）

近日，外交部发言人在海外社交媒体上发布了一段主题为“中国最美地铁站”的视频，向全球力推中国地铁站，邀请外国游客来中国走走看看，引发海内外网友关注和热议。在很多城市，地铁站设计极具新意，犹如一道流动的风景线，串联起城市文化脉络。

文化舞台

“每个地铁站都是深圳文化的风景线。”4月3日，76岁的山西书法家王朝珠来到深圳地铁10号线孖岭、冬瓜岭等车站书法站名前打卡合照，事实上，整条10号线的书法站名，皆采用了王朝珠老人的书法设计。

2020年8月深圳地铁10号线开通前，曾向全国公开征集站名书写。王朝珠投稿的隶书作品因敦厚可爱、独具特色的设计风格被采纳，但王朝珠本人却一直没机会亲自到深圳看看。今年3月，王朝珠外孙女某社交媒体上发了一条“寻字帖”——收集深圳地铁10号线站名图片，让王朝珠的“神仙书法”迅速出圈，也让这一条通勤线路化身为市民游客争相打卡的新热点，网友也亲切地称王朝珠为“山西姥爷”。

记者了解到，截至目前，深圳地铁共有1号线一期、4号线一期、6号线、10号线的66座车站站名由来自全国各地的9位书法家题写。

短短的地铁站名，在不同书写者的一撇一捺间为这座城市开放、包容、务实的气质留下了注解。

不仅是深圳地铁站的书法，如今，北京、西安、重庆等城市的地铁站设计也兼具艺术性和实用功能。这些体现非遗元素、历史文化、地域特色的设计，让地铁站这一具有通勤意义的物理空间，成为展现城市文化底蕴的舞台。

流动风景

春日里的北京地铁6号线平安里站，既是一座繁忙的枢纽站台，也是一处融合传统文化与现代美学的城市风景。青砖灰瓦的外形与周边的老北京胡同、四合院形成呼应，站内则以“市井文化”为设计主题，巧妙融入了上元灯会的元素。站厅立柱结合走马灯造型，走近可看清非遗传承人手工制作贴在上方的皮影戏形象，顶部悬挂着错落有致的方形吊灯，暖黄色的灯光透过镂空灯罩洒落。“通勤换乘的时候看到这么赏心悦目的站台设计，会瞬间觉得心情愉悦起来。”在北京上班的刘女士说。

“坐地铁也能沉浸式感受中华优秀传统文化的魅力。”来西安旅游的王大林说。西安的地铁8号（环）线的寒窑站颇具古韵，从命名到设计理念，都来自秦腔名剧《五典坡》。曲江寒窑遗址就在车站B1口。以“曲江流饮渊源长、寒窑情缘佳话传”为设计主题，站内的大幅壁画和一尊尊雕塑，讲述着王宝钏苦守寒窑的故事。寒窑站的车站站标，则展示了薛平贵与翘首以盼的王宝钏对立而望的动人情景。

“第一次上班经过的时候，我就被它的设计震撼到了，简直是未来科技感拉满。”深圳市民霍女士说。深圳福田区的岗厦北地铁站被称为地铁界的“颜值天花板”，通过天井将阳光引入地下，格外通透明亮，抬头就可以看到令人震撼的白色网格穹顶。岗厦北站开通后，科技感和艺术性兼具的设计风格吸引了众多市民前来打卡。渐渐地，很多来深圳的游客也将岗厦北地铁站列入自己的打卡清单。“这个地铁站也太惊艳了”是不少游客对它的评价。

交融融合

地铁站建设是城市整体规划的重要一环，自然也是城市景观设计的重要组成部分。作为中国西部国际博览城的配套设施，四川成都的西博

『这个地铁站也太惊艳了』

□ 本报记者 郝宁

城站采用了下沉式的设计方案，和周边的市政设施一体化设计、一体化修建。乘客在站厅层候车时，就可以看到旁边市政公园的满眼绿色。头顶跑汽车、脚下坐地铁、抬眼就见绿、出门进公园的设计理念，给予了地铁站面对极限大客流时的疏通能力，也让站点融入了城市整体的景观设计，体现了自然之趣。

上海浦东新区的地铁16号线滴水湖站的设计灵感汲取了上海市花白玉兰花的意象，乘客一出站就可以饱览滴水湖的湖景，实现了城市交通到自然景观的无缝切换；国内首个与居民楼“共生”的高架轻轨站——重庆李子坝站掀起了游客在此进行“口吞轻轨”的创意打卡热潮；成都地铁5号线青羊官站的壁画再现“青羊肆”的古老传说，18号线天府机场站用流线型设计演绎“蜀道祥云”的现代美学……

在湖南师范大学旅游学院教授郑群明看来，这些城市的地铁站点不仅是交通节点，更是展示城市文化和地域特色的微型博物馆。“从文物活化到非遗传承，从地域叙事到科技创新，这些流动的文化站点不仅重构着城市空间美学，更塑造了现代都市人的文化认知图谱，凸显了主客共享的功能性与艺术性价值，是交融融合的优秀范例。”

郑群明认为，这些“最美地铁站”在海内外的传播，一方面可以让全世界游客感受到中国城市热情好客的“温情”，吸引国外游客旅游打卡，另一方面也可以让世界了解中国科技发展与人民生活日新月异的变化，感受中国不同城市的区域文化和艺术创造，增强中国文化的感染力和亲和力。

“我的愿望终于实现了！”短短数日打卡地铁10号线沿线站点，在深圳岗厦北地铁站激情挥毫，前往深圳图书馆北馆、甘坑古镇等地标景点参观……王朝珠跨越近2000公里的圆梦之旅画上了句号。这位“山西姥爷”遇见了深圳的美好、开放、热情、包容，这场跨越山海的故事，也成为笔墨书香与地铁飞驰间的一段佳话。



北京地铁8号线金鱼胡同站 本报记者 陈晨 摄