

NPC成景区“新基建”

带动客流，助力“沉浸游”，有景区月薪3万招聘NPC



随着社会的发展，如今，旅游业从早期的“圈地卖票”，逐渐进入复合多种业态、提供多种服务的阶段。当下的游客，也早已不再仅仅满足于看山看水，对景区而言，不断拓宽思路、上新玩法，才能保持住对游客的吸引力。

记者发现，从北京环球影城的“擎天柱”，到开封万岁山的王婆，近年来，特色的NPC成为景区的“流量密码”，甚至成为景区的名片。在许多景区的运营过程中，特色、有话题性的NPC在景区发展中占据的作用愈发明显，甚至成为景区重点打造的“新基建”。

记者 张宇宁 济南报道

“灵岩小书生” 已成济南文旅一张名片

今年“五一”，在漫山花开的季节，山东文旅·济南灵岩寺景区别处心裁地设计了“卖花郎”。“卖花郎”提篮赠春，游客可与“卖花郎”进行对诗问答，并赢取一枝春花。

这不是“卖花郎”扮演者孙文章的第一个角色。此前，他就因扮演“灵岩小书生”出圈，为无数游客留下了美好的记忆。

山东文旅·灵岩寺景区总经理石鹏告诉记者，以“灵岩小书生”为代表的NPC对客流有明显的带动作用，很多游客都是冲着他来的。日前，“灵岩小书生”还走上了济南文旅的郑州推介会，这一2023年开始打造的IP已经实现了省外输出。

作为一家“成长性”景区，灵岩寺的内容也持续更新。近日，灵岩寺全新打造的绿野仙踪场景惊现“煎饼猴”。此灵感来源于长春动植物公园内的“雪饼猴”，“雪饼猴”每天在山洞里等待游客“投喂”，并与游客唠嗑，火爆全网。据介绍，灵岩寺“煎饼猴”的设计也是为了提高游客的互动体验，为了突出山东本地特色，将雪饼换成了山东特产煎饼。



天上王城幻夏秘境。

石鹏介绍，目前景区准备在绿野仙踪场景里重现《大话西游》内月光宝盒等电影场景，许多NPC已经完成了排演，最快本周末就将与游客见面。孙文章也将拥有“菩提老祖”这一全新的身份。

从“小书生”到“卖花郎”再到“煎饼猴”，灵岩寺景区通过精心设计的NPC，让景区实现了从物理空间到社交空间的转变，更是为游客留下了深刻的旅行记忆。

石鹏认为，景区设置NPC是很有必要的，作为“微演艺”的一种，NPC可以增强与游客的互动，增加品牌辨识度。打造NPC也将是灵岩寺未来的工作之一。

NPC能带火一个景区 甚至成为“绝对主力”

今年年初，济南融创文旅城水下演艺节目《荷间锦鲤》中的“胖人鱼”火上了热搜。“反差萌”带来的新奇观感让本来相对“沉默”的融创海世界被快速带火，客流明显增长。

之后，融创文旅城对《荷间锦鲤》不断更新，又增加了“腹肌人鱼”角色，让这一演艺节目持续保持热度。暑期，“胖人鱼”还加入了新上的沉浸式互动演出《灯海奇遇

记》，成为景区的明星。

而在乐陵影视城，NPC甚至是景区的“绝对主力”。作为一个由电影实景拍摄地改造而成的景区，当剧组杀青，游客登场之时，影棚就要通过填充大量的内容实现景区化运营。而乐陵影视城就立足自身所处影视行业的优势，推出“剧游”玩法，火爆出圈。

对“剧游”而言，演员就是场景内的NPC，同样也是“剧游”玩法的灵魂所在。走进乐陵影视城，能看到唐朝的古人、西域的胡人、1900年旧金山的唐人街华人，和NPC互动就可以解锁一个个隐藏的故事，以新的视角打开整座景区。

7月25日，乐陵影视城将迎来暑期的开业，6大主题片场、8个定制剧本的“两街一楼一市”沉浸式剧游场景重磅上线，为“戏精”带来沉浸体验。

综合性NPC人才高薪难求

NPC对景区的重要性已在业界形成广泛共识，记者发现，尼山鲁源村、琅琊古城等景区都在暑期大量招募NPC。

沂水天上王城景区在暑期打造了童话主题的幻夏秘境，也在其中设置了童话王

子、青鸟精灵和蝴蝶精灵三个NPC与游客互动。天上王城景区营销总监孙昊表示：“只有景色的话游客也可以打卡，但有了NPC，景色就能活起来。”

一直以来，天上王城围绕春秋时期的纪王传说打造的《王朝盛宴》《祈福大典》等大型演艺是其“拳头产品”。但随着行业新玩法的出现，天上王城也开启了新的思考。“游客只看演出的话，会感觉离纪王很遥远。”孙昊告诉记者，“我们想让纪王这个人物通过NPC的形式走到游客的身边，与游客形成双向的交流，让纪王火起来。”

孙昊认为，景区增加NPC是一种趋势：“像比较火的万岁山、清明上河园，几乎已经到了全员NPC的状态了，景区各个点位都很饱满，我们也在学习。”

为了寻求特定人才，天上王城在6月底曾发出高薪招募令，“月薪3万”寻求能“一秒带玩家入戏”的NPC。从招聘要求来看，天上王城需要一位能出镜、能创作、能对话的综合性人才，参考模板就是王婆。

一个月过去了，招聘结果如何？孙昊告诉记者，招募令发出后，陆陆续续面试了一些，但暂时没能寻到最合适的人才。“下一步我们打算先创作剧本，再根据剧本的需要去招聘，但月薪就达不到3万了。”孙昊说。

■ 文旅动态

“好客山东·美食争霸赛”开战在“济”

韩小梅 济南报道

一城烟火美食，燃动活力山东！“好客山东·美食争霸赛”一经官宣，16城纷纷应战，吸引了众多饕餮食客的目光。

美食争霸，鲁A当先！首战泉城，“做鱼”比“摸鱼”更燃！“鱼跃龙门·山东鱼江湖争霸赛”作为揭幕战将于7月30日-8月2日（每晚19:30）在济南最具烟火气的环联夜市举办。

齐鲁大厨将以黄河鲤鱼、微山湖鱼、胶东海鱼等各类本土好食材进行精心烹饪，清蒸之鲜美、酱焖之醇厚、炖煮之浓香……各展绝技，点燃味蕾狂欢。专业评委“庖丁解鱼”，大众评委“舌尖投票”，技艺与风味的巅峰之战在夜市烟火中沸腾上演。

济南诚意待客，除了让你吃好，还让你玩好、住好！比赛现场设置美食展区，特色农产品、老字号、非遗美食、文创等让人眼花缭乱。联动重点景区、星级饭店和特色民宿，突出“鱼”文化特色，推出各类优惠措施。发动美团等OTO电商平台开设美

食大赛专区，推出济南赛区同款美食，更有景点门票、品质酒店、度假交通等多重优惠。比赛不止比厨艺，比的是对市民游客的爱心、耐心、细心，还有好客之心！

未来三个月，“好客山东·美食争霸赛”将以“一城一特色”为号角，在全省十六市分设战场，层层“打擂”。从胶东海鲜到鲁中名吃，从运河风味到黄河佳肴，各市代表性美食轮番登场，一决高下，评出最好吃的各类特色珍馐。

本次大赛以美食为载体，以赛事为牵引，意在激发市民游客“逛吃购娱”的热情，将市井烟火变为城市引力场，让四方来客在唇齿间感受“好客山东”的真诚与热忱。



扫码看观赛指南

红叶柿岩周周狂欢不重样

记者 乔显佳 济南报道

云雾缭绕、水帘覆阶、山岚星火、欢笑盈盈……这是淄博新锐景区红叶柿岩的夜，是精彩不眠的暑期狂欢盛典。7月11日起，去仙村，去冲浪，来红叶柿岩过几天神仙日子，成为一众玩家的共同选择。

这个暑期，红叶柿岩旅游区夜游再度升级，柿岩古村携云雾、绿植、流瀑焕新归来：芭蕉掩映，满目清凉，全新景观“瑶池仙瀑”惊艳亮相，曼妙光影环绕，百年古村摇身一变，化作仙气秘境，重现人间。

古村入戏，狂欢升级，演艺不断。7月11日至8月31日，红叶柿岩7周5大主题，串联整个暑期，周周狂欢不重样。美食周鲁菜之源碰撞东南亚风味，热带雨林秘境中畅享舌尖盛宴；魔术周将戏法、幻术融为一体，捕捉你的每一个“哇塞”瞬间；飞天火壶、非遗打铁花、鱼灯舞、陶琉技艺，非遗周传统绝技闪耀柿岩夜空；音浪加持，踏瀑戏水，泼水狂欢升维声光派对，泼天快乐已安排！喜剧周欢笑来袭，即兴喜剧互动收获笑脸

盈盈，酷暑尽散，唯余欢潮。

入夏，柿岩山谷开启沁凉模式，漂流乘浪飞驰，水花四溅，自带天然冷气；山地滑车贴地飞行，御风冲刺，感受速度带来的极致酷爽；卡皮巴拉理想国萌化人心，与网红水豚零距离接触，解锁治愈亲子时光。落日仙音，暮色和弦。于“云上的毕业季”专属场地，聆听乐队在落日余晖中唱响青春旋律，共赴青春与自由的狂欢。

从赶路人变身漫游者，红叶柿岩一票三日游政策开启仅一月，已惠及6.8万游客，广获游客好评。暑期夜间客流占比超75%，外省游客占比达24.3%。夜游柿岩古村，探秘聊斋幻境，打卡来淄必看旅游演艺《奇幻聊斋》，感受经典文学与现代舞台交织的淄博文旅新名片。从白天到夜晚，徜徉狂欢“仙谷”，让笑容常驻暑期，欢乐永不打烊。

山谷已沸腾，巅峰正狂欢。逃离酷暑，拥抱25℃山水仙境。红叶柿岩暑期狂浪季已备好一整个夏天的清凉与快乐，即刻出发，来红叶柿岩过几天神仙日子！