

探寻文旅新质生产力

城市更新基金赋能 长安十二时辰街区成文旅新范本

中经记者 王登海 西安报道

“走进这里，仿佛真的穿越到了大唐长安，每一处细节都充满故事。”刚结束高考的学生葛静身着唐风服饰，手持团扇，

兴奋地穿梭在长安十二时辰主题街区的街巷中。这座以盛唐文化为主题的沉浸式街区，如今已成为西安文旅的新地标，吸引着无数游客慕名而来。

《中国经营报》记者了解

到，这片唐风盛景的前身，曾是商业效益欠佳的曼蒂广场。在传统商业逻辑失灵困境下，城市更新浪潮为其带来转机。陕文投集团抓住《长安十二时辰》影视IP热度，以

“文化创意+影视IP+全沉浸式感官体验”模式破局，将不动产、在地文化与文旅资源创造性整合，打造出集唐食荟萃、实景演艺、百艺手作于一体的沉浸式街区，让沉睡的商业空

间重焕生机，更带动周边汉服租赁相关产业蓬勃发展，形成特色文旅产业集群。

如今，长安十二时辰二期“倾城之喜”项目正以“演艺+科技”为引擎加速推进，借助

全息投影、AI智能交互等技术，构建7万平方米全域唐文化生活场景。其背后，城市更新基金的支持不可或缺，为项目改造、运营提供了稳定的资金保障。



图为游客在长安十二时辰主题街区观看《百官迎宾》。

受访者/图

逆袭之路

改造并非简单场景堆砌，而是针对原商场狭长、动线混乱的缺陷，美术团队运用互动思维孵化沉浸式体验空间。

随着中高考结束，学生们纷纷开启“放松之旅”，西安长安十二时辰主题街区凭借其独特的文化体验和沉浸式场景，成为众多学生游客的热门选择。漫步街区，随处可见青春洋溢的面孔。刚结束高考的葛静和朋友们身着精心挑选的唐风服饰，兴奋地穿梭在各个打卡点。“一直对唐朝文化很感兴趣，电视剧《长安十二时辰》我也追了好几遍，现在能亲身走进这个‘唐朝世界’，感觉太震撼了。”

像葛静这样的学生游客不在少数。街区相关负责人介绍，自中高考结束以来，街区的客流量明显增加，其中学生群体占比大幅提升。为满足学生游客需求，街区推出一系列优惠活动和特色项目：为中高考生提供专属特惠，针对低学

龄儿童推出“一日研学主题课程”，通过专业讲解和互动体验，让学生们深入了解唐朝历史文化与市井生活。

长安十二时辰主题街区坐落于西安曲江新区的曼蒂广场。曾经，曼蒂广场作为传统商业综合体，虽自带六千万基础客流，却未有效利用区位优势。如何盘活这一存量空间，成为决策者面临的难题。

2019年，电视剧《长安十二时辰》热播，陕文投集团敏锐捕捉唐文化热潮契机，联合影视IP方娱乐文化，以“文化创意+影视IP+全沉浸感官体验”的创新模式改造曼蒂广场。改造并非简单场景堆砌，而是针对原商场狭长、动线混乱的缺陷，美术团队运用互动思维孵化沉浸式体验空间。在大唐盛世场

域内形成“回”字形围合游玩动线，巧妙规避单动线直截了当的视线可探达性，提升游客沉浸感与视觉层次效果，释放空间场景效能。

来自兰州的考生小陈对此印象深刻。“我在‘胡商市集’和‘胡商’砍价买香料，他居然能准确报出每样香料的西域产地，感觉真的穿越了！”小陈如是表示。

自开业以来，长安十二时辰主题街区累计接待游客570万人次，火爆人气带动周边产业蓬勃发展：汉服租赁摄影店铺从开业前的零星几家增至如今的600余家，有力推动西安汉服经济、旅拍经济发展。街区周边餐饮、住宿、交通等行业也迎来新机遇，商铺租金上涨、招商质量优化，区域经济活力显著提升。

陕西文旅董事长邹林丰：用“沉浸式”体验重构城市文化消费生态

中经记者 王登海 西安报道

在城市更新的时代浪潮中，不少老旧商业空间亟待破局重生。西安“长安十二时辰”主题街区的探索实践，为这一命题提供了可资借鉴的样本。

曾经，位于曲江新区的曼蒂广场在周边文旅地标的光环下黯然失色，客流量低迷、业态单一，传统商业模式陷入发展困局。陕文投集团旗下陕西文旅控股有限公司大胆破局，借势《长安十二时辰》影视IP，深度融合唐风市井文化，将曼蒂广场改造为承载盛唐风华的沉浸式文旅地标。

这一改造不仅是空间的重生，更是对城市文化记忆的激活。通过“文化创意+影视IP+全沉浸感官体验”模式，街区将唐代市井生活与现代消费需求深度融合，打造集文化体验、娱乐消费、社交互动于一体的综合性空间。

这印证了文化力量对城市发展的关键驱动作用，但值得思考的是，这种模式能否为其他城市提供启示？当全国商业体面临转型挑战时，我们是否已找到唤醒文脉的“钥匙”？对此，《中国经营报》记者专访了陕西文旅控股有限公司董事长邹林丰。

《中国经营报》：最初是基于哪些考量将长安十二时辰主题街区纳入城市更新规划？改造前曼蒂广场的商业业态和经营状况面临哪些具体困境？改造后运营情况如何？

邹林丰：最开始考虑在曼蒂广场进行城市更新改造，是来自政策与市场的双重推动。自2019年中央经济工作会议提到“城市更新”以来，各地都在积极打造有人文精神、有文化气质的城市，为居民创造更好的生活环境，满足人们日益增长的对美好生活向往。再加上互联网对实体经济的冲击以及消费者需求的日益更新，我们发现对于曼蒂广场，原本的商业理念和商业逻辑已经不适用了，需要进行一次彻底的转型。

在改造之前，曼蒂广场是典型的传统商业体，周边环境着五个唐文化景区，拥有六千万基础客流，自身服务设施和物业条件也充足，可以说“硬件建设”没有问题，缺的是“软件建设”。

针对这种情况，我们将曼蒂广场现有的不动产、在地文化、文旅渠道、周边客流、潜在消费业态等资源进行创造性整合，最终以文化创意+影视IP赋能为驱动，以轻资产投入为手段，以较低的运营成本打造出长安十二时辰主题街区这一“爆款”文商旅项目，获得了行业与市场的双重认可。

《中国经营报》：周边已有大唐不夜城之类的唐文化项目，为何仍选择“市井烟火”定位？影视IP热度消退后，如何维持客流黏性？

邹林丰：街区一期所在的曼蒂广场周边有五大唐文化景区，为了做一个区别于周边景区的项目，让游客愿意在“五唐”之中选择我们，

我们在策划阶段，就将打造项目的差异化与独特性列入顶层设计。由于周边景区都是以展示盛唐皇家气象的恢宏宫廷文化为主，因此，我们决定以区别于宫廷文化的唐市井文化作为项目切入点。当时恰逢影视剧《长安十二时辰》播出，我们发现生活在现代钢筋水泥中的人们对盛唐长安城的那一缕烟火气格外向往，于是与版权方联系，达成了影视IP合作。

影视IP作为文化记忆的载体，其流量效应随着时间推移必定会自然消退，维持客流黏性的核心在于对其文化内核的深度挖掘与创新转化。作为以唐文化为核心打造的文商旅融合项目，我们不仅依托影视作品，还原出唐代市井生活场景，更立足中华优秀传统文化的创新传承，不断发掘唐文化精髓并赋予其时代新意，以“观、听、演、品、玩、购”六大维度打造出一座集全唐空间游玩、唐风市井体验、沉浸演艺、科技体验、唐食荟萃、百艺手作、文化宴席等为一体的唐风沉浸式主题乐园。让每一位游客在可知、可感、可触摸、可品鉴的多维唐文化体验中深度感知大唐风华，构筑起连接历史记忆与文化自信的精神纽带，唤醒大家深植于心的文化自豪感。

《中国经营报》：长安十二时辰二期项目整体定位是什么？未来将对区域文旅有何带动作用？

邹林丰：长安十二时辰二期“倾城之喜”项目定位为全国首个

大唐喜文化沉浸式科技演艺综合体。项目以公主大婚这一历史故事为叙事支点，将主题由一期“市井烟火”延伸至二期“浪漫爱情”。以“演艺+科技”作为核心亮点，开创性采用“秀城模式”，以数字赋能突破虚拟与现实的边界，重塑场景、舞台及业态，打造一座数智交融、虚实共生的梦幻长安城。

二期项目将与一期项目联动构建7万平方米全域唐文化生活场景，不仅极大提升游客体验深度与时长，更将激活重塑周边商业生态，驱动区域价值跃升，打造西安文旅新地标与城市会客厅。通过与包括华为在内的头部科技企业的深度合作，项目将成为“文旅+科技”融合创新的展示平台，AI短视频、全息光影、AR实景体验等前沿技术的规模化应用，将吸附智慧旅游服务、数字化创意设计、AI内容制作等上下游产业链资源集聚，培育文旅新质生产力。

《中国经营报》：对于长安十二时辰二期，基于一期的经验，在项目规划上有哪些延续与突破？以“倾城之喜”为主题，将如何深化文化故事线，增强游客的情感共鸣？

邹林丰：长安十二时辰二期“倾城之喜”项目，深度承袭一期沉浸式体验精髓，实现了主题、体量、演艺与业态的四重提升。

一是主题的深化，从一期“福文化”的宏观叙事，转向聚焦“喜文化”内核的个体情感。围绕“公主大婚”这一传奇故事，让游客体验

从市井繁华的宏观印象，引导向个体命运的情感投射，完成从“福文化”到“喜文化”，从盛世景观到盛世精神的叙事升华与情感共鸣；二是体量扩容，不仅极大丰富场景层次，更将熙攘繁盛的长安盛景立体呈现，实现从“主题街区”到“超级长安”的体验升级、体量扩容；三是观演模式革新，二期汲取一期演艺经验，利用新乐汇建筑格致，创意“回”字形观演，通过“秀城模式”打破传统舞台界限，运用全息投影技术，让游客从旁观者变为“公主大婚”的参与者，甚至影响演出走向；四是业态融合深化，在延续“全唐消费场景”的同时，引入AI个人短视频体验新业态。通过打造“可参与的历史，可带走的盛唐”，让游客在情感共鸣中完成文化消费闭环。

《中国经营报》：回顾长安十二时辰从改造到运营的全过程，最关键的 success 经验是什么？这种模式能否推广至其他城市？

邹林丰：从项目前期策划到如今开业三年多，我认为街区最关键的 success 经验，首先是对我们对唐文化的深度挖掘，并借助场景化内容、沉浸式体验和精细化运营，将文化优势转化为消费强势。在项目前期策划阶段，我们就在各类唐代历史、典籍中挖掘具有当代价值的唐文化元素，并始终秉持“探索传统文化的现代表达”理念，确保历史文化的活化利用契合现代消费习惯。我们致力于从场景和内

容中，延伸出许多可供消费的，具有极高审美价值、文化价值与情感价值的旅游产品来满足不同客群的需求：比如沉浸式游戏《大唐永不眠》、大唐名仕伴游、唐服换装摄影、青少年研学游、唐文化主题沉浸式体验餐饮项目等。

其次是我们打磨了一支成熟的团队，能够实现沉浸式文商旅项目从策划到落地运营的全流程覆盖。作为沉浸式文商旅项目的变革者，我们的团队在打造长安十二时辰主题街区项目时并无先例可循。从前期策划、美术置景、业态规划、招商推广到运营管理，我们都是慢慢摸索、总结经验，逐步构建起完整的项目方法论。

我们系统梳理了街区从策划到运营至今的经验，将其凝练为一套标准化、可复制的“1+6”产品输出模式与四级输出策略，构建出完善的沉浸式文商旅全产业链解决方案。“1+6”产品输出模式既覆盖了集场景、演艺、互动、餐饮等为一体的全沉浸式文商旅综合体的输出，也裂变出沉浸式演艺、游艺、研学、销售、民宿、餐秀六大模块化产品矩阵，配合“整体输出、模块输出、单品输出、咨询运营”四级输出模式，这一方案可精准适配不同城市、不同项目的多样化需求，让“长安十二时辰”模式代表陕西文化品牌走出去，从文化IP孵化、场景落地、长线运营、投资合作等多维度打造中国沉浸文旅全产业链矩阵。