

横店影视城的短剧“副本”

抖音相关话题累计播放量破百万、外地游客专程打“飞的”赴约,最低218元就能在横店当“短剧女主”——横店影视城凭借为游客拍摄短剧的全新业务受到年轻人的追捧,也让沉寂许久的横店影视城在社交媒体上迎来高光时刻。在业内看来,面向散客的竖屏短剧体验业务被推至台前,是一种“专业剧组服务+大众影视消费”的新模式。但现阶段,北京、西安、洛阳等地也在纷纷推出类似服务,持续分流区域客源。这场由流量驱动的“副业”实验,究竟能否成为第二增长曲线,仍有待市场检验。



横店微电影
200余元单人套餐至万元团体套餐
单日体验游客30—40人

日接散客30—40人

针对横店影视城在社交平台走红的业务,北京商报记者以消费者身份致电东阳市横店影视城微电影有限公司(以下简称“横店微电影”)官方客服后获悉,在价格方面,现阶段整套拍摄服务价格跨度覆盖200余元单人套餐至万元团体套餐,分别面向散客与团建群体。

其中,单人竖屏短剧项目218元,剧本为微电影公司通用类剧本,该价格不包含妆造,

包含妆造是388元一位;3800元、12000元两档团体微电影产品适配多人团队,这两类产品配备专业拍摄设备、多个实景场地。所有拍摄套餐不含景区门票,景区同步推出门票加拍摄组合套票。

横店微电影宣传专员向北京商报记者表示,横屏团体微电影业务2011年便已上线运营,长期承接团体微电影拍摄。

横店微电影宣传专员向北京商报记者表示,“新版短剧体验产品上线不足一周,每天有5—6组进行拍摄,每组4—5人,单日体验游客维持在30—40人,上线以来有100多人体

验过这个产品。单人竖屏短剧的核心受众为年轻游客,团体项目覆盖全年龄段。”

消费者反馈:性价比高

剧本储备方面,为散客准备的竖屏短剧剧本有20余款,顾客也偏好网感较强的爽文类题材;团队微电影剧本储备规模更大,涵盖类型多样。

北京商报记者在对消费者的实际调查中发现,多位消费者在体验过后给出最多的评价就是性价比高。专程从江苏赶来体验短剧

拍摄的游客宋女士(化名)告诉记者:“第一次亲身出演短剧女主角,新鲜感十足,全程拍摄过程轻松有趣。”来自广州的消费者李女士(化名)表示:“给孩子买来体验的,感觉性价比很高。主要是得有配合度,因为一个镜头可能需要拍很多遍。”但来自浙江的消费者孙女士(化名)却表示:“现有剧本套路和平时刷到的线上短剧相似度较高,如果想拍摄风格独特、题材新颖的内容,可能会有些难度。”

北京商报记者了解到,AI多用于宏大空镜和氛围感镜头等方面,且现在对于AI还处于融合使用阶段。对于威亚体验项目,宣传专

员澄清道,网络流传的游客威亚拍摄内容并非官方服务,威亚体验项目仍在筹备。

在业内看来,面向普通游客的短剧拍摄体验,或成为盘活存量实景、拓宽文旅非门票收入的补充路径。业内人士分析,布局游客短剧体验核心作用是平滑行业周期,而非短期创收。

轻量化运营释放长尾效应

当前国内多家影视基地、古风景区相继推出游客短剧拍摄体验服务,北京、西安、洛阳等多地均依托自身优势上线相似体验套餐,横店影视城想要实现规模化、可持续盈利,仍需多方突破。

在业内看来,横店影视城受真人短剧行业下行影响,需完成从传统影视基地向综合文旅运营商的转型。同时横店影视城长期发展应走“AI短剧+”融合路径,布局“AI短剧+文旅体验”“AI短剧+大众创作培训”“AI短剧+文创衍生品开发”等多元业务。

“需要注意的是,为游客拍摄业务存在持续性刚性人力成本,每组拍摄订单均需配置导演、摄影、服装专职人员,客流淡季人员薪酬开支无法缩减,持续摊薄板块整体利润。”北京大学文化产业研究院学术委员会主任陈少峰进一步表示,但项目拍摄流程轻量化、周转快,投入回收周期短,整体运营性价比比较高。并且项目依靠游客短视频自发分享实现免费社媒引流,无需高额线上投放,能够在真人短剧拍摄淡季消化闲置场地与摄制团队。

北京商报记者 卢扬 实习记者 张继文

Market focus

机票回落 暑期错峰游正当时

随着暑期进入后半程,国内游的价格出现回落。8月10日,北京商报记者搜索发现,8月中下旬不少机票跳水,8月22日—29日北京往返乌鲁木齐的航班比前一周降价1860元,降幅近49.6%,北京飞往上海、杭州、长沙等地的单程航班也有2折以内的“捡漏”机票。暑期后半程,学生假期仍有充足余量,亲子游、避暑游、海滨海岛游等需求持续释放。8月中下旬,不少出游团组的价格将降至平季价。在旅游业内人士看来,8月20日之后是暑期的黄金捡漏期,不急于返校的学生、出游时间充裕的家庭可以提前查询机酒和目的地价格,选择性价比更高的错峰游。

多个热门航班票价下降三至五成

北京商报记者在携程旅行App搜索看到,8月22日—29日北京直飞乌鲁木齐的往返航班价格为1890元(不含机建燃油费,下同),而8月15日—22日相同航班价格为3750元,相比下降1860元,降幅达49.6%。同期,北京直飞昆明的往返航班也从前一周的2418元降至1670元,降幅为30.93%。单程直飞机票更是出现“捡漏”价。

去哪儿小程序显示,出发时间在8月20日—31日,从北京飞往上海、杭州、长沙等地的航班均有2折内的超低价机票。

航旅纵横民航官方直销平台大数据显示,目前,8月北京飞往呼伦贝尔、通辽、鞍山、丹东等城市仍有低至300元左右的机票在售。从价格分布来看,低价票多集中在8月下旬工作日时段。

此外,自8月5日起,国内航线燃油附加费再次下调,800公里以上航线每位成人旅客收取70元燃油附加费,800公里(含)以下航线收取40元

燃油附加费,相较于调整前分别降低了30元、10元。去哪儿大数据研究院分析,燃油附加费降低将有利于降低暑期出游成本。

旅游团组价格也同步回落。北京商报记者从业内人士处了解到,8月下旬的出游产品价格一般会比暑期出游高峰时段略有下降。途牛相关负责人表示,整体来看,8月中下旬的价格很多都会降到平季价格,比如平台上的北京5天纯玩团价格比旺季下降20%左右。

8月海滨游、避暑游持续走热

从多家在线旅游平台公布的数据来看,8月上旬,出游热度依旧高涨,避暑游、海滨游等需求持续释放,亲子家庭、学生仍是主力军。

途牛相关负责人表示,暑期后半程,上海、北京、成都、三亚、广州、南京、贵阳、杭州、重庆、青岛等目的地预计成为途牛境内游用户的热门选项。在海滨海岛游方面,途牛最新预订数据显示,滨海度假、海岛观光、海上运动、赶海垂钓、品尝海鲜等休闲体验,成为游客消夏的重要选择。



另据木鸟民宿数据,避暑游需求旺盛。三伏天避暑游热度环比上涨180%,连住3天及以上民宿订单占比60%。温度偏低的西北、西南和东北等地成为避暑游黑马目的地,避暑游热度上升最快的前十座城市分别为云南玉溪、云南曲靖、四川宜宾、云南昭通、西藏拉萨、贵州黔东南、贵州六盘水、辽宁丹东、新疆喀什、青海西宁。这些小城凭借丰富的避暑玩法,民宿订单均实现翻倍增长。

众信旅游集团媒介公关经理李梦然介绍,今年暑期,旅行社在产品打造时更注重体验属性,往往选择景区内酒店并采取多晚连住方式,餐食方面会加入当地特色美食体验,如长桌宴、全鱼宴、饕餮肉等。在旅行体验上,国内游提质升级趋势明显,非遗文化持续融入。

在旅游业内人士看来,8月20日之后是暑期的黄金出行期,不急于返校的学生、出游时间充裕的家庭可以选择性价比更高的错峰游。航旅纵横民航官方直销平台相关负责人表示,建议有暑期出行计划的旅客密切关注各航司票价动态,可优先考虑避暑寻凉及周边短途目的地,灵活安排时间。

北京商报记者 关子辰 牛清妍

“代步神车”遇冷 5万元以下微型车销量腰斩

8月10日,北京商报记者走访多家汽车品牌经销商门店发现,一些曾经的“国民代步神车”,终端热度正在降温。

曾创下单月5万辆销量的五菱宏光MINI EV,今年上半年零售销量7.28万辆,对比去年同期的17.11万辆,少卖了近10万辆。北京一家五菱宏光门店销售人员介绍称,该门店已不再销售五菱宏光MINI EV的两门版本,“两门车型后排上车不方便,而且现在小车确实不如大车变得好”。

此外,目前多家奇瑞4S店内已不再陈列奇瑞小蚂蚁展车,其中一家门店销售人员坦言,北京地区奇瑞门店基本已撤下该车型展车,但消费者如需购买仍可订购。懂车帝数据显示,奇瑞小蚂蚁2026年以来的月销均徘徊在几百辆,其中今年1月的零售销量仅192辆。

此外,中汽数研数据显示,2026年上半年,吉利熊猫销量约1.99万辆,同比下降78.2%;五菱缤果销量约1.62万辆,同比下降79.3%。

放眼整个微型车赛道,销量下滑成为普遍趋势。中国汽车流通协会乘用车市场信息联席分会(以下简称“乘联分会”)数据显示,2026年1—6月,5万元以下细分市场累计销量仅13万辆,同比下跌55%。其中,新能源车型下滑56%,燃油车型下滑52%。

这样的趋势早有显现。乘联分会秘书长崔东树发文指出,5万元以下车型,2021—2022年较2020年的零售销量占比持续上升,主要是微型电动车的销量贡献,但2023年以来又持续下降,2025年则同比小幅上升0.6个百分点。2026年1月,5万元以下车

型销量下降64%,较为剧烈。

对于5万元以下车型销量下滑的原因,崔东树分析称,中低端市场下滑剧烈的核心原因是,在政策高质量发展导向下,新能源车免税技术指标升级,入门级补贴也大幅下降,部分短续航、高耗电的入门级车型面临改款压力,叠加消费收缩,需求明显萎缩。

值得注意的是,在低价微型车市场销量持续下滑之际,我国汽车消费正在加速向高端市场集中。乘联分会数据显示,2026年上半年,40万元以上乘用车累计销量43万辆,同比增长1%。其中,40万元以上新能源车型销量24万辆,同比增长46%,同价位传统燃油车销量19万辆,同比下滑27%。高端市场内部结构正在重构,新能源渗透率快速抬升,由2025年的44%提升至2026年上半年的56%。

崔东树指出,当前我国自主品牌品牌高端化突破效果良好,40万元以上尤为突出。自主品牌在15万元以上市场的份额也大幅提升,实现了较好的增长。自主高端化突破,带来高端化发展的趋势明显,但突破建立在低端稳定的基础上,目前入门级新能源下降的趋势较为严峻。

当前汽车“以旧换新”国家补贴已调整为按新车售价比例核算,因此低价车型获得的补贴较低。经济学者、工信部信息通信经济专家委员会委员盘和林指出,接下来,车企若要稳住经营基本盘,应在国内市场加大热门价位车型投放;在海外市场则要加大全球布局,以海外需求对冲国内市场的波动。

北京商报记者 蔺雨薇