



文旅融合视域下“如梦”系列演艺品牌的创新实践与价值重构

郑俊杰

编者按

近年来，我省立足丰富的历史文化资源优势，由深耕文化、教育、旅游领域多年的资深专家李力先生作为总策划，创新打造“如梦”系列演艺品牌，形成了一套具有示范意义的文旅演艺发展模式。这一系列作品不仅实现了艺术表达与科技应用的完美结合，更通过对山西历史文化的深度挖掘与创新呈现，为区域文旅产业高质量发展注入了新动能。《文旅融合视域下“如梦”系列演艺品牌的创新实践与价值重构》一文，采用实证分析法与案例研究法，基于山西省“如梦”系列演艺项目的实际运营数据与市场反馈，结合文旅产业发展的理论框架，通过多个角度系统分析其应用中的多维价值，有助于深化对文旅演艺品牌建设规律的认识，也为其他地区文旅融合发展提供了可资借鉴的经验与启示。

从符号学视角看，“如梦”系列成功构建了多层次代表城市的可识别、可传播的文化符号系统。视觉上《如梦晋阳》中的皮影、晋祠等元素，《如梦朔口》中的黄河浪涛、商队驼铃，《如梦大同》中的云冈石窟意象、鲜卑服饰；听觉上在地的民歌小调、地方戏曲等；在叙事上，通过精心提炼与艺术加工的故事线 与台词，《如梦大同》中“这遗憾正是（铸就）光照进来（平城）的模样”的台词，将城市的历史沧桑感浓缩为一句富有哲理的表达，巧妙地把城市历史转化为情感化的记忆点，引发观众共鸣。这种多感官的符号构建，既保留了传统文化的基因，又适应了现代审美需求，在游客心中形成了强烈的记忆点。研究表明，有效的文化符号能够大大提升旅游体验的满意度与传播度，“如梦”系列在这方面的实践为文旅演艺的符号化表达提供了范例。

从营销运营模式看，“如梦”系列采用了市场化运作与政府引导相结合的创新机制。一方面，由专业的文化企业如梦（大同）文化旅游有限公司、锋尚文化等负责全维度常态化运营与创意制作，确保项目的艺术品质与市场适应性；另一方面，地方政府通过提供政策支持、基础设施配套和宣传推广等，为项目开发创造良好环境。这种公私合作模式既发挥了市场在资源配置中的决定性作用，又体现了政府在文化导向上的把控能力，实现了社会效益与经济效益的平衡。同时，“如梦”系列采用了整合营销传播（IMC）策略，线上方面，通过短视频平台、社交媒体等数字化渠道传播演出精彩片段，引发网络热议；线下方面，与旅行社、酒店等合作推出文旅套餐，扩大客源覆盖面，实现了城市形象的多渠道、一致性传播。

特别值得注意的是，在公关活动方面，借助环太原国际公路自行车赛等大型活动进行展示，提升品牌曝光度。在票务营销上推出了创新举措。2021年，《如梦晋阳》与《如梦朔口》联合推出“如梦有礼卡”，售价200元，持卡游客可在2022年12月31日前无限次观看两部演艺，这一举措不仅提高了观众复购率，也增强了品牌黏性。大同的《如梦大同》则采用每周二至周日常态化演出（每天16时00分、19时30分两场）加节假日加场的灵活排期，适应不同游客群体的观演需求。这些市场化运营策略有效提升了项目的可持续性，为文旅演艺项目运营的长期发展探索了新路径。

砥砺奋进七十载

强军报国谱新篇

党的十八大以来，通过多轮国企改革，社会化职能移交、“三供一业”改造移交、大集体改制等一系列改革举措，历史遗留问题得到有序有效解决。公司逐步建立了权责明确、管理科学的中国特色现代国有企业制度，并成立中兵铸造公司、北方恒通公司两个子公司，山梁公司经营总量跨越上升到20亿元以上的新平台。

党的二十大召开后，山梁公司提出“1376”中长期发展战略。坚持打造高速中大功率非道路动力一体化解决方案一流提供商的企业愿景；巩固拓展三大传统业务，主动融入国防战略、行业发展，做大做强核心产品；坚决贯彻创新发展战略，聚焦新城新质谋长远，紧盯数据中心机组、高端铸造产品、重型矿卡动力、核电应急机组、清洁能源动力、先进燃油系统、无人装备动力等七大领域，加速技术突破和市场开拓；以全方位提升公司治理能力和管理水平为目标，推动管理提升强基础，不断在自主工程管理、差异化工艺优势、信息化运营管理、体系化质量保障、本质化安全水平、专业化人才队伍等六大基础能力方面放大优势、激活动能，形成支撑，构建权责清晰、制度完善、运行高效、科学规范的科技创新体系 and 现代管理体系。

70年后的今天，山梁公司已完成从生产型向生产经营型现代国有企业的转变。

七十载砥砺前行，山梁人团结协作、不懈奋斗汇聚强劲力量

70年来，山梁人始终在党的领导下团结协作、不懈奋斗，为中国特色社会主义事业提供强有力支撑。

改革开放以来，工厂党委认真贯彻落实党的路线、方针、政策，不断加强领导班子建设。在工厂党委的坚强领导下，党的组织不断发展，最多时曾设分党委1个、党（总）支部127个，党员人数最高曾达2900多人；党内政治生活不断完善，“三会一课”、组织生活会、民主生活会、创先争优、民主评议等制度得到强有力的落实；党组织战斗堡垒作用和

也使演艺活动成为城市空间意义的有机组成部分，强化了场所精神。“如梦”系列对城市名片的塑造还产生了显著的外溢效应。研究表明，成功的文旅演艺能够改变游客对城市的整体认知，并带动相关产业的发展。《如梦晋阳》运营后，晋阳湖周边地价上涨，商业配套日益完善，形成了以演艺为核心的文化休闲圈；《如梦大同》首演后，大同古城的游客停留时间明显延长，相关文创产品销售增长显著。这种外溢效应不仅体现在经济层面，还反映在城市美誉度的提升上。许多游客在观看演出后表示“从演出中感受到了历史的重量”，对城市产生了更深层次的情感连接。“如梦”系列对城市名片的塑造还体现在国际化表达方面的探索。虽然目前观众仍以国内游客为主，但作品在创作之初就考虑了跨文化传播的可能性。《如梦晋阳》的视觉语言借鉴了国际大型演艺项目的经验，减少了语言障碍；《如梦大同》的民族融合主题具有普遍的人类关怀，易于引发不同文化背景观众的共鸣。随着山西国际旅游市场的逐步开放，“如梦”系列有望成为向世界展示中国地方文化的重要窗口，助力城市形象的全域传播。

从城市竞争战略看，“如梦”系列帮助山西各城市在区域文旅格局中确立了差异化优势。在华北地区文旅市场竞争加剧的背景下，太原通过《如梦晋阳》强化了“唐风晋韵”的文化特色，区别于北京的厚重感和天津的近代租界文化；大同则凭借《如梦大同》突出了“北魏平城”的独特定位，与周边呼和浩特、鄂尔多斯的草原文化、张家口冬奥文化形成互补。这种差异化定位使山西城市在区域文旅协同发展占据了有利位置，为吸引高质量客源奠定了基础。城市名片的精准塑造与形象传播“如梦”系列演艺品牌的成功不仅体现在文化表达的艺术性上，更反映在其对城市形象的系统塑造与有效传播中。在当代城市竞争中，文化软实力已成为衡量城市发展水平的重要指标，而文旅演艺作为城市文化的浓缩呈现，具有塑造城市名片的独特优势。“如梦”系列通过精准定位、符号构建、空间融合、差异化表达和整合传播，成功将晋阳、朔口、大同等地文化特质转化为具有广泛认知度的城市标识，为地方文旅品牌建设提供了创新范式，为文旅融合背景下城市形象塑造提供了“山西方案”，品牌定位的精准性是“如梦”系列塑造城市名片的首要特征。这一实践表明，文旅演艺不仅是文化消费产品，更是城市发展战略的重要工具，其价值已超越演艺本身，成为城市文化软实力建设的核心载体。

从产业布局角度看，“如梦”系列并非孤立存在，而是与山西省“七个一百”文旅计划深度融合，品牌通过高品质内容供给、创新消费场景设计和精准营销策略，有效激发了文化消费潜力，促进了消费结构升级，通过产业链整合、技术创新、结构优化、生产要素素

拓奋进，广大职工立足岗位、建功立业，涌现出史秀兰、张和平、贾泰浩、邢建忠、金长福、孙涛、端木学龙等一代代国家级先进代表，山梁核心价值观和山梁精神是人民兵工精神在山梁公司的具象和展现。面对新时代新挑战，山梁人将始终发扬和传承山梁核心价值观和山梁精神，以往无前的奋斗姿态展现山梁人强军报国的情怀和骨风，为打造国际一流兵器动力贡献力量。

七秩峥嵘，书写华章。代代山梁人的执着坚守，用平凡身躯筑起中国兵器动力事业的钢铁脊梁，凝聚成70年光辉岁月，铸就一部恢弘磅礴的奋斗史诗。

七秩峥嵘，扬帆起航。山梁人将继续创业者的精神与力量、胆识与汗水，让创新驱动发展，用匠心铸就永恒，于变局中敢于拓路，于浪潮中铸就成功，奋力谱写中国式现代化山梁新篇章。

常宏

招租公告

为盘活国有资产，实现保值增值，我公司决定面向社会公开招租。现将

有关事宜公告如下：

一、项目概况

位置：山西省大同市平城区魏都大道富临宝城1号楼。

建筑面积：地上6层，合计2348.28㎡；有配套停车位。

功能定位：办公、酒店等。

权属状况：已取得不动产权证，产权清晰，无抵押、无查封。

二、租赁期限及底价

期限：1—5年（详谈）。

挂牌年租金底价：人民币121万/年（不含税）。

三、其他：详谈

四、联系方式：0352—5326902 / 13015399991

山煤国际能源集团山西中泰煤业有限公司

2025年9月28日