



天一广场的LED大屏。



开明坊大屏。



鼓楼对面的街头大屏。

街头大屏「整活」出卷

## 宁波「大屏经济」如何重塑城市消费新场景？

### 1 从“单向传播”到“沉浸互动” 大屏成为城市新网红

6月23日晚，位于鼓楼对面的3D大屏，吸引不少人驻足围观，大家举着手机，等待着3D大屏上“四海龙王”集体上线。

不一会儿，在巨型大屏中，东海、南海、西海、北海“龙王”组团闪现，随着“四海龙王”齐刷刷喊“下雨雨雨雨雨雨啦”，人群中爆发出一阵欢呼。

“以前的街头大屏就是放广告，现在更像是一场场创意show。”正在围观的市民张女士告诉记者，最近，这里不时会上线各种时兴话题的创意动画，互动感很强，每次路过，都会忍不住拍张照发到社交平台。

这并非个例。在宁波，街头大屏“整活”正成为消费场景的新时尚。

同是“高温降温”话题，前不久，开明坊3D裸眼大屏上线“九台空调一起强劲制冷”这一非常“接地气”的创意，随着冷风视觉化地“吹”向街面，不仅切中了大家高温天的痛点，更是引发了强烈的共鸣。不少人自发打卡传播，记录下这有趣的城市瞬间，仅在小红书平台就获得超1.2万浏览量、426次点赞和446次转发。

而在2025年跨年之际，开明坊深挖毗邻城隍庙的地域文化，将宁波“城隍老爷”形象以裸眼3D形式

“请”上大屏。“城隍老爷”从屏幕中“探出”身体，做出“天降祥瑞”的撒金币动作，无数金光闪闪的虚拟“金币”从屏幕中倾泻而出。这一极具本土文化特色和视觉冲击力的创意，瞬间刷爆宁波人的朋友圈和小红书、抖音等社交平台。

今年情人节，天一广场智空间裸眼3D LED大屏、和义大道购物中心A区东面LED大屏、C区西南转角LED大屏、月湖盛园LED大屏“四屏联动”，推出“全城热恋·巨幕告白”，首日即收获近1000条热情互动留言。精选告白内容在巨屏一一呈现，迅速成为城市热门打卡地标。

类似的互动体验在全国城市也非常流行：今年母亲节，成都春熙路的巨型大屏上，轮番滚动川渝老妈怼人名场面，让不少路人在抬头瞬间笑出声，一度全城出圈；农历二月初二，武汉江汉路中心广场裸眼3D巨幕，上演了逼真震撼的“龙抬头”，不仅沉浸式感受龙抬头传好运，还可以扫描巨幕上的二维码，上传照片生成与“龙”合拍的美照。

“现在的户外大屏不再是冷冰冰的广告牌，而是能调动情绪、引发社交传播的互动媒介载体。”宁波城市发展有限公司有关负责人表示。

这几天，宁波鼓楼前一块3D大屏上演“四海龙王集体上班”，引发全网热议。

这并非个例。今年，宁波街头多个大屏凭借创意互动内容频频“出圈”，不仅吸引市民驻足打卡，更带动周边商业消费增长，形成独特的“大屏经济”现象。

### 2 “大屏+商业”联动 带动线下消费增长

在信息过载的时代，公众注意力已成为核心商业资源。在“大屏+商业”的联动模式下，街头大屏的流量效应正转化为实际消费力。

2025年跨年夜之际，天一广场竖立的巨型LED屏幕，轮番滚动播出“你好2025！”“敢于告别的人会被奖励新的开始”“辞旧迎新程”等大屏文案，不仅渲染出浓厚的氛围感，更有效聚合海量人气。活动当日，天一广场单日客流量峰值一举突破50万人次。

而位于天一广场智空间的裸眼3D LED巨幕，也早已成为一道高辨识度的风景。目前，该屏幕已吸引来梦之蓝、华为等众多知名品牌，并以创意内容频频引发海量曝光，2024年第21届中国户外传播大会上还荣膺“中国城市地标媒体”奖项。

“‘大屏+商业’的联动效应，确实是我们关注和探索的重点方向。开明坊区域商业氛围浓厚，我们的创意内容，特别是像‘高温空调’这类引发聚集和话题的内容，显著提升了街区的人气和停留时间。这些都可能转化为周边商业消费的客流。接下来，我们也会探索更精准的联

动模式，如云闪付消费券、甬马消费季、毕业消费季等，实现更直接的引流转化。”宁波开明坊运营方——宁波海发控股有关负责人表示。

从广告牌到社交媒体，再到消费新场景，街头大屏的演变折射出城市公共空间的数字化进程。未来，宁波各大商圈将如何探索更可持续的“大屏经济”模式？

“一方面，内容共创常态化，我们会策划更多结合宁波本地文化，如城隍庙元素、罗城历史，以及节庆热点、社会情绪的互动内容，保持大屏的新鲜感和话题性；另一方面，融入城市公共服务，将大屏作为城市信息发布和公共服务平台，使其真正成为服务市民、提升城市温度的数字化公共设施。”宁波海发控股有关负责人表示。

业内人士指出，优质大屏内容需兼具三重特质：技术突破的“未来感”、地域文化的“辨识度”、大众参与的“烟火气”。未来，随着AR导航、AI交互等技术普及，户外大屏或将进阶为“城市元宇宙入口”，在虚实交融中持续激活消费新场景。

记者 史妮超  
通讯员 孙梦婷 戴进