

我爱石家庄

→在石家庄市东垣古城遗址公园,站立禁区乐队正在演出。

记者 吴思影 许付磊 摄

↓游客在海口骑楼老街的中西合璧市集观看乐队演出。 新华社发

演出经济

或成文旅消费新引擎

化旅游产业园区重点项目,在7000㎡丹霞地貌景观内搭建近2000㎡的360度旋转舞台。现场数百名的演艺人员借助高科技灯光特效,真山真水、真人真马展现了木兰秋狝、修建避暑山庄、巡视江南、收复国土等壮观场景。演出于4月28日复演,截至8月23日,118天共演出178场,接待游客35万余人次,收入1.05亿元,首次破亿。后期,演出将持续发力,取得更好的经济效益和社会效益。

在秦皇岛,丰富的文化演艺正在成为北戴河新区旅游新要素。以阿那亚戏剧节、电影周、虾米音乐节和渔田·七里海度假区实景演出、渔岛景区好莱坞特技表演秀为代表的北戴河新区演艺产品声名鹊起,受到国内乃至国际演艺爱好者的拥趸,大大提升了北戴河新区的知名度和城市形象。其中,阿那亚社区一年内各类不同规模的演艺文化活动达2000场次以上,吸引游客200万人次。远洋蔚蓝海岸每年举办音乐节、开海节、艺术节等,吸引游客150余万人次。渔岛景区的好莱坞特技表演秀已经持续8年,观赏游客累计超300万人次。7月22日,魔法城咕咕岛艺术节正式开幕,龙图阁藏书楼、增艺术馆藏和电音等活动进一步释放了北戴河新区文化演艺的市场潜力。各个新型文化空间每年举办近百场国内外艺术家艺术展、读书会、朗诵会,吸引大量游客,已经成为新区另一张文化旅游名片。

“跨城观演”撬动旅游经济增长

今年以来,越来越多的消费者选择跨城观看演出活动,撬动旅游经济增长。

以TFBOYS“十年之约”演唱会为例,美团数据显示,8月6日演唱会当天,西安酒店入住量创下今年以来第二高,仅次于“五一”假期。8月5日至7日,西安的住宿提前预订量较去年同期增长超过30倍。

此前的周杰伦演唱会,也为海口市带来了丰厚的旅游收入。海口市旅文局数据显示,为期4天的周杰伦2023嘉年华世界巡回演唱会——海口站,共吸引15.46万人次游客入场,海口市4天共实现旅游收入9.76亿元。美团数据显示,演唱会期间(6月29日至7月2日),海口餐饮堂食订单量同比增长78%,收货地为酒店的即时零售订单量同比增长115%,包括景点门票、博物馆门票在内的度假相关订单量同比增长超过200%。

演出经济对餐饮、洗浴等服务行业的撬动作用明显。“我们的营业时间为早10点至第二天早7点。在有演唱会的情况下,深夜就餐火爆,夜里12点依然会出现排队等候的情况。”北京海底捞火锅远洋未来广场店有关负责人说。“借演唱会体验各地特色消费,是今年演出经济新亮点。”美团有关负责人举例介绍,在五月天沈阳演唱会期间,不少沈阳商家在演唱会期间上线了“五月天演唱会”洗浴门票团购套餐,让外地歌迷以优惠的价格体验地道的东北洗浴。演唱会举办期间,演唱会场地——沈阳奥林匹克体育中心所在的沈阳市浑南区,洗浴等休闲娱乐订单同比增幅排在全市前列。

一些旅游平台也看到了商机,“掘金”演出经济。比如,携程在周杰伦天津演唱会前夕,推出了“演唱会门票+酒店住宿”套餐产品,该产品一经发售快速售罄。携

程研究院战略研究中心高级研究员沈佳旋分析,不少人除了观看演出外,还将在活动举办地或举办地周边进行短途游览。这将带动目的地的酒店住宿、景区门票、租车自驾、一日游、周边游等多类旅游品项。7月1日至2日在河北崇礼太舞小镇举行的一场电子山地音乐节,携程就与太舞小镇的7家酒店联合推出音乐节旅行套餐,除住宿和音乐节门票外,游客还可体验卡丁车、山地高尔夫、温泉、采摘等多种娱乐活动和户外山地活动。

“演出经济”是文化消费与旅游消费的融合。”美团文旅研究院院长路梦西说,演出市场的持续活跃,将吸引更多外地游客,有力拉动区域内的住宿、交通、餐饮等多业态增长。

下沉市场将为演出产业带来新动能

曾几何时,音乐节作为一种小圈层文化,在北上广深等大城市很流行。今年以来,音乐节之风吹到了三四线城市以及更下沉的市场,让更多人有机会体验到音乐现场的魅力。

业内人士指出,“小镇青年”崛起是音乐节下沉的主要原因,他们有充足的时间进行休闲娱乐。“95后”年轻一代“小镇青年”是音乐演出的主力消费人群,他们在文化产品方面拥有更强的消费力。

下沉市场有望成为演出产业发展的新动能。挖掘下沉市场潜力,要深入洞察消费人群需求特点,推出适销对路的演出产品和服务。一方面,要让演出票价回归合理区间。记者观察发现,多地小型演唱会的票价动辄七八百元。下沉市场还在培育阶段,不能让“演出刺客”伤害消费者,小镇音乐节应主打“物美价廉”,结合当地旅游行业消费水平,为观众提供更多高性价比的选择。

另一方面,要深挖下沉市场消费潜力。相对于一二线城市,下沉市场所提供的产品和服务还有较大差距。要借举办音乐节的契机改善消费环境,充分释放消费潜力。小城镇具有独特性,不能照搬大城市的模式,要找准定位,突出特色,用满满的诚意和高质量的服务留住消费者。

消费者积压的观演需求集中释放

专家指出,今年以来,演出行业持续走热,演出经济或成为拉动文旅消费的新引擎。

“今年线下演出市场重新焕发活力。而各地政府也借演出行业壮大本地文旅产业。演出市场活跃会带动线下消费的繁荣,比如餐饮、酒旅等,人流聚集会带动当地很多产业发展。”浙江大学国际联合商学院数字经济与金融创新研究中心联席主任盘和林说。

“什么值得买”商业运营中心负责人张宇昂表示,演出行业持续走热,主要原因是消费者积压的观演需求在今年集中释放。与此同时,今年不少艺人的演唱会都采取了巡回演出模式,一部分消费者在“抢到哪儿是哪儿”的心理下,愿意在观演的同时,顺便在目的地城市开启一场短期旅行。

“越来越多的消费者甚至愿意跨城观看演出,对于非热门旅游城市而言,可以借此机会打造具有自身特色的文旅IP,在消费场景创新方面开展更多尝试,对城市文化历史进行更深层次的挖掘,进一步促进文旅融合发展。”张宇昂说。

中国旅游研究院国际研究所所长杨劲松指出,演出市场的繁荣不仅能为举办城市带来直接的经济效益,更能提升城市知名度、展现城市良好的营商环境,为后续吸引更多游客,甚至招揽投资打下基础。

【本报综合:新华社、经济日报、河北日报等】

这个夏日,比天气更热的是演唱会市场。举办演唱会、音乐节,不仅可以激活文旅消费市场的“一池春水”,带来数以万计的消费人群和“真金白银”的经济效益;还可以成为擦亮城市名片的“流量密码”,以优质的文旅资源、热情好客的服务打响口碑,让歌迷愿意来了不想走,转化为推动城市文旅融合发展的可持续动能

收入118.13亿元,环比增长137.20%;观众人数4038.44万人次,环比增长84.81%。大型演唱会、音乐节和小剧场新空间,“大”“小”共同发力,推动演出消费以及演出拉动的关联消费显著增长。

业内人士认为,线下演出市场需求旺盛,离不开供给侧创新。下一步,演出行业要继续通过创新激发新的消费需求。市场需要更多新内容、新形式、新体验,演出行业要加强策划和运营,进一步提升演出产品的文化深度和艺术高度。

河北演出行业蓬勃发展

在河北,演出市场的氛围同样浓烈。

在廊坊,由王潮歌担任总构想、总编剧、总导演,历时8年打造而成的戏剧聚落群——“只有红楼梦·戏剧幻城”于7月23日正式面向公众开放。作品以“四大名著”之一的《红楼梦》为创作根基,以沉浸式戏剧艺术为手法,以独特的“幻城”建筑为载体,讲述关于《红楼梦》作者、续写者以及读者的故事。据介绍,“只有红楼梦·戏剧幻城”是河北省重点文旅项目梦廊坊国际戏剧公园的重要组成部分。它打破了静态观看的传统戏剧演出模式,采用移步异景、迷宫幻境的设计理念,融合新情景装置艺术与舞台沉浸技术,借助新创意再现,呈现出如梦如幻的沉浸式戏剧与幻境空间,让游客仿佛“走进”书中,感受中华优秀传统文化在新时代的传承与创新。“只有红楼梦·戏剧幻城”将有力拉动廊坊文旅消费升级,进一步推动影视、动漫、演艺、文创、戏剧等重点行业的全产业链发展,助力打造文旅产业链式集群发展示范区。”廊坊市市委宣传部副部长、廊坊市文化广电和旅游局党组书记许建军介绍。

在石家庄,为了培育石家庄摇滚音乐土壤,塑造石家庄本土摇滚音乐品牌,举办系列演出和主题活动,吸引乐迷“打卡”观演。7月至10月,石家庄市将举办“Rock Home Town”——中国“摇滚之城”音乐演出季。通过举办一系列大型摇滚音乐演出活动,广泛开展群众性、公益性、常态化的惠民演出活动,全力打造中国“摇滚之城”。在滹沱河艺术生态岛等地建设大型、中型音乐节举办地,在草坪、商业街、景区等地建设小型音乐空间,在旅游景区(景点)、露营地等地,“山水之间”摇滚音乐进景区、露营地演出活动也同步开展,从而进一步丰富文化旅游产品供给,提升石家庄的文化影响力和旅游吸引力。此外,还将通过举办国内影响大、乐队“咖位”高、观众人数多、商业化水平高、展演形式新的大型演出活动,吸引全国乐迷关注。

在承德,依托双滦区元宝山风景区自然风光的《鼎盛王朝·康熙大典》实景演出,作为“21世纪避暑山庄”文

演唱会不能只算经济账

□姜天骄

评论

今年以来,线下演唱会迎来强劲复苏。门票秒光,赞助商大赚,平台“赢麻了”,还拉动举办地文旅消费屡创新高。在收获高人气的同时,演唱会也遭到了不少消费者吐槽。今年上半年,全国消协组织受理投诉热点问题中,演出票务问题尤为突出。价格不菲的演唱会能否值回票价,引发广泛关注。

有消费者提到,网购演出票就像拆盲盒,一些位于视觉盲区的“柱子票”“墙根票”让观众全程“只闻其声不见其人”。此外,退票难也成为消费领域维权痛点。平台往往以演唱会门票具有稀缺性、时效性等特点为由,拒绝退票要求。凡此种种,说明演唱会票务服务与大众期待还有一定差距。

不可否认,受场地、明星档期等条件限制,演唱会具有一定稀缺性。但稀缺并不是拒绝退票的理由。观众消费热情要精心呵护,只有更好保护消费者权益,提高消费体验,才能促进消费潜力进一步释放。

演唱会既要算经济账,更要算社会效益账。监管部门要引导平台和企业平衡好商业价值、文化价值和社会价值。随着歌迷逐渐成熟理性,会对演唱会质量提出更高要求。歌手、音响、灯光、舞美、售后,每个环节都要与价格不菲的演唱会门票相匹配。演出公司不能只管搭台卖票,更要加强对演出质量和观众体验的把关。演唱会品质高了,观众体验感好了,自然就会觉得“值回票价”。

票务平台要承担起相应责任,确保观众权益得到保障。稀缺性、时效性并非演出行业独有特性,在航空、铁路、旅游业都具有类似特性的行业,均有合理退票方案。售票平台和主办方不妨借鉴航空、铁路、旅游业等行业的退票方案,推出可退改门票。同时,通过完善实名制、阶梯式退改制度,充分保障消费者的自主选择权和公平交易权,推动演出票务交易公开透明。至于观众投诉较多的“柱子票”,现在VR全景等技术早就可以实现“选座自由”,就看平台有没有诚意去解决。

如今,跨城观演成消费热点,歌迷追求的不仅是看演出,更是吃住行游购的全方位消费体验。从这个角度看,演唱会举办地既要引客,更要留客。比如,出台系列举措,从酒店服务、交通保障、市场监管、安保举措等多方面为观众服务。相关行业协会也可以发挥作用,自觉控价,不随意涨价。有些城市还致力于打造“演艺之城”,通过不断优化营商环境和惠民惠企政策,打造浓厚的演艺氛围,让演唱会经济成为城市发展新名片。

关注演唱会经济,重要的不只是经济效益,更要看能否提供更多既满足人民文化需求,又能增强人民精神力量的产品。随着人民群众日益增长的文化消费需求不断释放,对文化产品和服务的要求会越来越高。演出市场还要以观众需求为导向,为广大消费者提供更多物有所值的文化产品和服务。

游客在张家口市武宣景区观看演出。 新华社发