

以演兴城开新局 演出经济驱动文旅消费增长

□本报记者 王紫茜

当下,“为演赴城”成为文旅消费新趋势。从一线城市到二三线城市,演唱会、音乐节等各类演出不仅点燃消费者的热情,更带动酒店、餐饮、旅游等相关产业消费大幅增长。实践表明,演出经济正突破传统旅游市场格局,为不同规模城市的文旅产业注入新动能,推动消费场景的深度拓展与消费链条的持续延伸。但在市场持续升温的同时,也需关注现存困境,以多元举措助推演出市场向更高质量迈进。

以演兴城
演出经济促进城市文旅消费

近年来,“为一场演出奔赴一座城”成为文旅消费新趋势,消费者以演出为契机构划旅行行程,催生出文旅融合的多元消费模式。美团旅行发布的《2025“五一”假期吃喝玩乐消费洞察》报告显示,假期期间,各地演唱会、音乐会超百场,音乐节、演唱会周边吃住套餐订单量同比增加180%,彰显出“演出+”模式的消费潜力。

在北京,演唱会、音乐节正逐渐成为激发城市活力的重要引擎。各城区不断创新“演出+”消费场景:昌平区借音乐节推出“一张票根玩转昌平”促销活动,通过整合区域内文旅、餐饮、酒店等资源,实现综合收入6593.05万元;延庆区2025北京超级草莓音乐节开幕首日,超3万名消费者冒雨赶赴,带动北京世园公园周边酒店入住率达100%,三天内直接和衍生消费共计6000万元;海淀区华熙LIVE·五棵松则围绕演唱会前后的消费时段打造“5小时生活圈”,依托“票根经济”对接20多家酒店提供折扣,有效拉动周边地区商业消费。

专程从上海赶来参加北京草莓音乐节的消费者田女士表示:“除了享受音乐,我还利用这次机会游览了世公园,品尝了北京特色美食,这种将音乐与旅游结合的体验很不一样。”



值得一提的是,在二、三线城市,“演出+”模式同样展现出强大的带动效应。据悉,安徽滁州凭借葫芦果音乐节,实现当地酒店预订量增长2.4倍;新疆伊宁蜜桃音乐嘉年华,带动酒店预订同比增长1.3倍。

以政策创新与IP赋能双轮驱动
实现从流量到“留量”的转化

在“演出+”模式迅速发展的背景下,各大城市正以政策扶持与文化赋能双轮驱动,探索该模式下“流量变现”的多元路径。

政策方面,各地拿出“真金白银”为演出文旅产业注入发展动能。据了解,南京自2017年起,设立专项资金,通过“直接补贴、积分奖励”机制,对遴选出的优秀演出剧目实施补贴,比例最高可达每张票价的50%。这一政策不仅激发了消费者观演热情,也吸引了演出团体、经纪公司纷纷在南京布局,形成演出产业集聚效应。苏州市文化广电和旅游局等四部门出台《苏州市进一步促进文旅体联动丰富产品供给的意见》,建立奖励标准;对主办单位以市场化方式举办大型演唱会、音乐节,每站次售票人数超5万人次的,按照每人次15元对主办单位

予以奖励;每站次售票人数超10万人次的,对超出部分按照每人次20元对主办方予以奖励。通过政策激励,推动演出持续释放引流价值与提升吸引力。

文化赋能方面,多地积极尝试将演出IP与城市文脉深度融合。以湖北宜昌为例,大型歌舞剧《三峡千古情》立足长江三峡文化,用跨时代的影视模式打通古今文脉,用跨次元的创新演艺重塑艺术张力,将厚重的历史文化底蕴转化为极具感染力的视听盛宴。相关数据显示,自去年7月开业以来,该剧三个多月的演出场次达到416场,营收突破1亿元,同时带动宜都全市酒店入住率增长120%,拉动宜都旅游总收入同比口径增长超40%、全产业链增长数十亿元。

文旅产业专家认为,当前文旅消费已从单一观赏型向深度体验型转变,城市需要通过政策创新构建产业生态,依托文化IP打造差异化竞争力。政策补贴能快速集聚市场资源,而文化IP的在地化开发则赋予城市独特的吸引力,两者结合才能实现从流量到“留量”的转化。

以文化为媒
推动演出市场高质量发展

结合诸多案例可以看出,演出经

济愈发升温,行业也在经历深刻转型:第一,从“明星依赖”转向“IP孵化”,如扬州七河八岛音乐节通过打造独具特色的音乐IP,吸引了来自全国各地的消费者。第二,从“流量竞争”转向“生态共建”,如苏州市文化广电和旅游局等部门出台的《苏州市进一步促进文旅体联动丰富产品供给的意见》和成都市文化广电旅游局发布的《成都市关于推动演艺市场高质量发展的若干措施》,均通过建立奖励机制来激励演出经纪机构及艺术团队的创作与表演,进而营造多方共赢的良好生态。第三,从“短期火爆”转向“长效运营”,如西安音乐厅凭借一场场高品质的音乐会,循序渐进地培养消费者对舞台艺术的热爱。有关数据显示,十余年来,西安音乐厅举办4100余场音乐会,接待听众超过217万人次。

但值得注意的是,市场繁荣背后也隐藏挑战。文化旅游产业资深分析师高东旭在接受记者采访时表示:“演出市场目前存在的问题主要包括演艺空间不足、内容供给缺乏、地域分布不均、艺术创作与表演质量参差不齐。这些问题影响了消费者的观演体验和市场的健康发展。地方政府在发展演出经济时,应完善演艺基础设施、丰富内容供给、促进地域均衡发展、提升艺术创作质量和加强市场监管,以推动演出市场高质量发展。”

展望未来,演出市场或将呈现三大趋势:一是“沉浸式”体验升级,如湖北宜昌《三峡盛典》采用全景多媒与水幕舞台,结合室内无人机、矩阵威亚、全息影像、流线灯光、环绕音响、实景山体等全新演艺技术,再现三峡的经典风光和传说场景,展现宜昌记忆的多元文化魅力。二是“在地化”深度融合,如南京“秦淮灯会”等IP持续出圈,成为地域文化的名片。三是“国际化”布局加速,西安等城市通过举办国际音乐节,提升城市软实力、推动区域发展、加强国际间的文化交流与合作。



5月23日至25日,浙江省丽水市松阳县举行“古村民宿先享会”活动。活动通过沉浸式体验、行业大咖分享、乡集文化互动等多元化形式,向全国民宿主、投资者及文旅从业者展现松阳独特的古村落资源与民宿发展潜力,旨在以商招商,以会促产,推动松阳文旅产业高质量发展。

近年来,松阳以“中国传统村落”“中国天然氧吧”“天气气候景观观赏地”等品牌为核心,依托原生态的景致拓展户外休闲、观光茶园、古村民宿等旅游新业态,成为县域旅游的“宝藏小城”,独具特色的民宿经济成为乡村振兴的重要引擎。

松阳的实践:打造民宿创新融合模式

松阳县拥有78个中国传统村落,数量居全国前列。四都乡、三都乡、大东坝镇等地已吸引飞茑集、桃野·大乐之野等国内顶流民宿品牌入驻,形成独具特色的古村文旅生态。近年来,松阳以“文化赋能”为核心理念,通过政策扶持、青年人乡与业态融合,打造出“民宿+艺术”“民宿+非遗”“民宿+书店”等创新模式。

本次先享会通过定向邀约与网络报名结合的方式,汇聚全国知名民宿品牌创始人文旅行行业领军者、投资机构及媒体代表,共同探讨古村民宿的未来趋势与松阳机遇。活动吸引超百名嘉宾参与,包括20余位行业头部嘉宾,现场分享成功经验,为松阳发展提供智力支持。

活动设置多场高能分享会,清华大学建筑学院教授、乡村振兴论坛主席罗德胤带来《为什么说松阳是古典县域样本》;宿集营造社召集人夏雨清以“没有松阳,就没有飞茑集”为题,讲述品牌与松阳共生共荣的故事;隐居乡里创始人陈长春则将反思“错过松阳”的遗憾,引发行业对优质资源的关注……二十多位行业先进人物,围绕“数据驱动民宿运营”“艺术赋能乡村”“古村网红民宿打造”等主题展开深度分享。

活动特别设置“行业解读”环节,订单来了发布《用数字解密松阳高端民宿发展》,通过大数据分析全国及松阳民宿的客群画像、消费趋势与流量密码。

与会议同步开展的“古村乡集”活动,集结50余家优质品牌,涵盖非遗手作、在地风物、生活美学等品类,打造沉浸式文化体验场景。游客在活动现场参与艺趣手工、创意打卡、非遗技艺展演,感受松阳传统与现代交融的独特魅力。

借力民宿活化古村,文旅融合赋能乡村振兴

松阳的民宿发展始于古村保护。自2016年启动“拯救老屋行动”以来,累计修缮326幢老屋,并通过“老屋+民宿”“老屋+工坊”“老屋+展览”等模式活化利用。以陈家铺为例,这个曾不足40人的留守村,通过引入先锋书店、云夕MO+、飞茑集等品牌,植入“三月三”诗会、“悬崖艺术节”等活动,2024年接待游客突破60万人次,旅游综合收入超4000万元,村集体收入达345万元,较早年近乎零收入的状况实现质的飞跃。

松阳民宿注重差异化发展,形成“民宿聚落”模式。如松庄村,通过艺术乡建,以桃野民宿为起点,策划了“无恙艺术展”“乡村的年轻人力量驻留计划”“村口的涂鸦”“山谷赶集”等系列活动,启动“山野共织”项目,推进艺术家与手艺人、村民共创共建,成功吸引数十位返乡青年和新乡人落户,立夏与海、溪桥村居、小广场咖啡等业态陆续加入松庄村,成为一个朝气活力的未来乡村文化社区。

目前,松阳发展民宿456家,2024年累计接待游客数226.83万人次,实现营业收入1.22亿元,带动3200余名村民就业。通过资源入股、分红等机制,村民不仅获得租金收入,还参与文旅服务,户均收入增长超20%。例如云夕MO+共享度假空间,村集体以房屋入股享受每年保底5万元+分红的收益,2024年度村集体光分红就有8万余元,实现“资源变资产、农民变股东”的转型。

作为本次活动的重磅环节,松阳十大大方推荐民宿选址地首次官宣,涵盖10个乡镇(街道)的10个传统村落。在实地探访中,来自全国的文旅行行业专家学者深入了解到松阳古村的建筑风貌、文化底蕴与开发潜力,为后续投资决策提供依据。

松阳县文旅局负责人表示:“本次活动不仅是招商推介会,更是松阳向全国展示乡村振兴成果的窗口。我们希望通过头部品牌的成功案例,吸引更多优质资源落地,同时为地方干部推动民宿产业提供参考样板。”

松阳县充分发

挥古村老屋优势,以小民宿“宿”造文旅产业“大发展”,成为国家全域旅游示范区、国家首批文化产业赋能乡村振兴试点、“浙韵千宿”试点。此次先享会的举办,将进一步巩固松阳在古村民宿领域的领先地位。

(松宣)



浙江松阳:以小民宿“宿”造文旅产业“大发展”

岳阳楼“上新”:千年名楼焕发文旅新活力



么?”演出一开始,“读书人”便向观众抛出几个问题。

一位年轻游客起身作答:“当我真正来到岳阳楼,看到洞庭湖‘衔远山,吞长江’的雄伟时,《岳阳楼记》里的诗句在这一刻具象化了!”

紧接着,众人纷纷起身提灯,前往滕子京府邸。途中,“小贩们”的吆喝声此起彼伏,有人兜售汨罗江畔的甜酒,有人推销历史悠久的岳州扇……游客们在一个摊位上感受岳阳文化,也仿佛进入庆历年间的巴陵。

“我们在岳阳楼景区串联起滕子京重修楼宇、范仲淹撰文传世等历史故事。”《今上岳阳楼》导演李彦说,通过数字媒体艺术营造氛围,大家入场后就能迅速进入剧情,忘记自己观众的身份,化身文人墨客,在行进式演出中沉浸地感受历史。

在纪念范仲淹与滕子京的双祠内,滕子京重修岳阳楼后力邀挚友范仲淹撰写《岳阳楼记》的历史典故被娓娓道来。随后,游客们步入七星碑廊,在裸眼全息影像、数控投影等技术的加持下,见证范仲淹寻找写作灵感的过程。

跟随剧情发展,游客们行至岳阳楼下的“吾谁与归”剧场,感受“先天下之忧而忧,后天下之乐而乐”跨越千年的力量。

“你有多久没有读过《岳阳楼记》?”“你印象中的岳阳楼是什么样的?”来到岳阳楼,此时此刻此景,你想到了什

“在这场演出中,古人心怀天下、忧国忧民的精神熠熠生辉。对我而言,岳阳楼现在不仅是一个打卡的景区,更是中国士大夫精神的一种象征。”游客林思榕说。

李彦说,从读者读记、到滕子京求记、范仲淹写记,再到岳阳楼下答记,剧场是围绕《岳阳楼记》展开。希望观众在这一过程中,能成为范仲淹的读者、滕子京的好友。

“千年来,岳阳楼因文而盛。如今,在文化与科技、文化与旅游的深度融合中,岳阳楼主楼及其周边景观转化为一处处可游、可赏、可入戏的动态剧场。”《今上岳阳楼》制片人任帅说,游客从“看景”到“入景”,在沉浸式体验中读懂岳阳。

(新华网)



安徽叶集农村商业银行股份有限公司人民币单位结算账户长期不动户销户公告

尊敬的客户:

根据中国人民银行(人民币银行结算账户管理办法)(中国人民银行令2003年第5号)第五十六条规定:“一年未发生收付活动且未欠开户银行债务的单位银行结算账户应通知单位自发出通知之日起30日内办理销户手续,逾期视同自愿销户,未划转款项列入久悬未取专户管理。”以下单位在我行已超过一年未发生收入等活动,请下列单位自本公告发布之日起30日内到开户行办理销户手续,逾期视同自愿销户,我行将做销户处理。特此公告。

序号	开户机构	户名	账号
1	姚李支行	六安市看花楼劳务服务有限公司	2001042055266600000011
2	姚李支行	六安市裕珍纺织品有限公司	2001040639396660000014
3	姚李支行	六安鑫逸生态建设有限公司	2001041472506660000016
4	姚李支行	六安市裕珍电子商务有限公司	2001040985636660000011
5	姚李支行	六安市裕珍电子商务有限公司	2001036795186660000014
6	姚李支行	安徽叶集区聚豪家电店	2000056771226660000048
7	姚李支行	安徽叶集区裕铭装饰有限公司	2001039023006660000016
8	姚李支行	六安市裕珍聚满益再生资源回收利用经营部	2001038971156660000015
9	姚李支行	六安爱莱特阀门有限公司	2001038403266660000017
10	姚李支行	六安市裕珍区李氏蓝火锅店	2001029988766660000019
11	姚李支行	六安市裕珍区姚姚盛世家庭酒楼	2001023851966660000018
12	姚李支行	六安市裕珍区姚姚家电维修社区服务中心	2001038454286660000015
13	姚李支行	六安市裕珍区姚姚种植种养专业合作社	2001036237806660000017
14	姚李支行	六安市裕珍区明家庭农场	2001038178426660000011
15	姚李支行	六安市裕珍区汇农化不枝新材料有限责任公司	2001037996166600000011
16	姚李支行	六安市裕珍区振洋物流有限公司	2001037694786660000012
17	孙岗支行	安徽瑞木业有限公司	2001003981196660000017
18	孙岗支行	六安市叶集区宇客网约车咨询服务有限公司	2001036505486660000014
19	孙岗支行	六安市博一贸易有限公司	2001038102396660000017
20	孙岗支行	六安市裕珍区聚全木业有限公司	2001024437626660000015
21	民强支行	叶集试验区中行黄金连锁店	2000031948291030000018
22	三元支行	亿合全智建设(安徽)有限公司	200104454616660000018

序号	开户机构	户名	账号
23	三元支行	六安市叶集区木胜木材加工厂	2001015472646660000019
24	三元支行	六安市裕珍区昌岩养鸡场	2001010413216660000012
25	三元支行	六安市裕珍区海珍餐饮管理有限公司	2001038636466600000012
26	三元支行	六安市裕珍区静心静雅农场	2001037444766600000012
27	三元支行	六安市裕珍区静心静雅农场	2001036357566600000014
28	三元支行	安徽智赏电子商务有限公司叶集分公司	2001030317766600000018
29	三元支行	安徽智赏电子商务有限公司	20000601140300000122
30	三元支行	六安市裕珍区五里山农业发展有限公司	20010