



演艺经济成拉动消费新引擎

“ 线下演出市场需求旺盛，离不开供给侧创新。市场需要更多新内容、新形式、新体验，演出行业适应新需求，就得加强策划和运营，进一步提升演出产品的文化深度和艺术高度。

进入暑期，线下演出市场持续升温。据携程不完全统计，7月至8月全国将有超百场演唱会、音乐节举行。热门演唱会举办地的机票、酒店订单量均有大幅增长。从数据来看，演唱会、音乐节等项目对目的地旅游消费具有不小拉动作用。跨城用户除了观看演出外，不少人还将在活动举办地或周边进行短途游览，将给目的地的酒店住宿、景区门票、租车自驾、一日游、周边游等带来明显的拉动作用。

线下演出需求旺

说起自己的戏剧初体验，网名为“刘二童”的观众眼睛立马亮了起来。“剧情特别棒，代入感很强。和演员几乎零距离接触，很多台词就像对我说的一样，这就是线下演出的独特魅力。”带给“刘二童”惊喜的是北京市一部沉浸式互动剧《魅影侦探》，场地是文物实景，演员是职业话剧演员，剧本改编自真实的历史故事。这种注重场景和氛围打造的沉浸式演出近年来在一些大城市很流行。

以技术手段打造沉浸式体验也是今年演出市场的热点。原创音乐剧《丝路之声》运用全息投影、裸眼3D、交互设计等多媒体手段，讲述陕西故事，弘扬丝路精神，传播中国文化。情景体验剧《又见敦煌》结合3D影像、移动巨幕等装置，带着游客领略千年敦煌文化的独特魅力。

光影璀璨，音浪滚滚，跟着节奏随意摇摆。今年以来，音乐节市场遍地开花，现场感和社交性让年轻人很“上头”。从“草莓”到“迷笛”，从“氧气”到“西湖”，主办方充分挖掘音乐节的内涵与价值，创造独特的场景，成功抓住了年轻消费者的心。

除传统演出外，互动式小剧场演出也成为演出市场新的增长点。脱口秀、漫才、即兴喜剧等新业态深受市场欢迎。这些新业态将演出空间与商业空间巧妙融合，对周边消费起到很好的拉动作用，演出场次增长甚至超过了传统剧院。

据中国演出行业协会演出票务信息采集平台数据监测分析，2023年二季度，全国营业性演出（不含娱乐场所演出）场次12.44万场，环比增长80.60%；演出票房收入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，一“大”一“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。

拉动消费潜力大

这个夏天，跟着演出去旅行成为很多人的出游选择。

跨城观演成为大型演唱会、音乐节的主要消费趋势。在五月天、任贤齐、刘若英等知名歌手北京演唱会的观众中，跨城观演比例均超40%。一季度开售的周杰伦呼和浩特演唱会跨城购票观众比例超70%，凸显了该类演出对文旅消费的拉动作用。据中国演出行业协会数据，仅今年“五一”期间，大型演出项目的跨城购票观演人数占比超过总人数的50%。音乐节和演唱会项目带动演出票房之外的交通、住宿、餐饮等综合消费规模超12亿元。

演出形成的聚合效应凸显，直接带动区域客流增长。依托演艺消费融合新场景，成都、济南、天津、武汉等地也都出现能让消费者一边就餐、品酒、逛文化集市及一边观剧的沉浸式戏剧演出活动，深受年轻人追捧。

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，除住宿和音乐节联票外，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。

沈佳旋认为，对于观演人群来说，看完演出后享用一顿晚餐更

将为当天的旅途画上一个圆满句号。因此，演唱会周边美食是值得商户和平台关注的环节。

中国演出行业协会在2023年上半年全国演出市场简报中提出，随着文旅融合战略的进一步推进，旅游观光和文化体验兼具的目的地更受青睐，沉浸式文旅业态成为推动景区提升、乡村振兴、消费升级和夜间经济发展的重要引擎。

下沉市场待深挖

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。据调查，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。（时斓娜）

把文化的力量转化为发展的能量

日前，国家统计局发布《2022年全国文化及相关产业发展情况报告》。报告显示，我国文化及相关产业规模持续扩大，2022年营业收入超过16.5万亿元；产业结构不断优化，以数字化、网络化、智能化为主要特征的文化新业态行业快速发展，其营业收入在整体中的占比首次超过30%；文化企业自主创新能力有效提升，规模以上文化企业研发投入较上年增长6.4%。

文化产业的发展，不仅为人们提供了更为丰富的精神食粮，在推动社会主义文化繁荣兴盛等方面也发挥着重要作用。文化的力量已融入经济社会发展的各个方面。文化不仅能引领风尚，化为催人奋进的精神力量，而且能推动发展，造福于民。通过提供精神产品和文化服务，文化消费已经成为经济发展的重要引擎。文化产业正在向国民经济支柱产业阔步迈进，成为扩投资、调结构、促消费、稳增长的新动能。

习近平总书记指出：“统筹推进‘五位一体’总体布局、协调推进‘四个全面’战略布局，文化是重要内容；推动高质量发展，文化是重要支撑；满足人民日益增长的美好生活需要，文化是重要因素；战胜前进道路上各种风险挑战，文化是重要力量源泉。”贯彻新发展理念，构建新发展格局，推动高质量发展，文化产业交出了不俗的答卷，展示了文化力量转化为发展能量的现实可能和美好前景。（据《光明日报》）

抢抓数字化机遇 助推小微经济发展

夜经济市场规模持续增长，吃喝游购等业态多点开花，县域农村直播商家数量激增，线上“原产地”经济兴起……我国小微经济发展呈现新趋势新亮点，特别是在数字化和线上渠道带动下，小微经济业态多样、增长迅速、充满活力。未来，数字化赋能有望助推小微经济增强韧性、实现突破，形成新的增长点。

党的二十大报告提出加快建设网络强国、数字中国。数字经济作为新兴产业，渗透千行百业，赋能实体经济，在提高资源配置效率、促进市场主体融合、优化产业组织模式等方面具有独特优势，是推动高质量发展的重要引擎。数据显示，我国数字经济规模从2012年的11万亿元增长到2022年的50.2万亿元，总量稳居世界第二，占国内生产总值比重提升到41.5%。数字经济全面渗透和深刻影响生产、流通、消费、进出口各个环节，有利于加快形成新发展格局、拓展经济发展新空间、培育经济发展新动能，成为推动经济高质量发展、构筑国家竞争新优势的有力支撑。（据《人民日报》）

荷花盛开绘生态美景



近日，山东省济南市章丘区白云湖国家湿地公园内万亩荷花盛开，让游客在炎炎夏日中感受水清岸绿、荷叶田田的生态美景。近年来，章丘区白云湖街道依托白云湖国家湿地公园建设，先后开展退渔还湿、湖库清淤、湖库联通、环湖大堤改造等生态提升工程，湿地生态系统和功能得到修复。朱峥摄

精准实施生态环境综合治理

一段时间以来，如何更好地保护生态环境，成为生态文明建设的题中应有之义。近期一系列文件及举措的出台与实施，彰显了我们党对生态环境保护的重视。生态环境部等5部门日前联合发布新修订的《公民生态环境行为规范十条》，从节约能源资源、关爱生态环境、选择低碳出行等方面入手，为规范公民生态环境行为提供了践行标准，也让生态环境保护理念越发深入人心。生态环境部生态环境执法局相关负责人近日指出，目前科技手段已应用于生态环境执法的全过程各环节，从而更有效更精准地做好生态环境保护工作。

生态环境问题归根到底是发展方式和生活方式问题。当前，我们必须认真践行“绿水青山就是金山银山”的理念，充分把握“保护生态环境就是保护生产力、改善生态环境就是发展生产力”的原则。要进一步推动产业结构、能源结构等优化调整，建立健全绿色低碳循环发展经济体系、生产生活方式，促进绿色生产方式、节约生活方式，助力实现更高质量、更有效率、更加公平、更可持续、更为安全的发展。（据《经济日报》）