# 演艺活动如何“演”火旅游经济

小时候，想去济南，可能是因为看了老舍笔下的趵突泉和济南的春夏秋冬；再大一点，想去济南，可能是为了一探《还珠格格》里夏雨荷成长的大明湖；而如今，很多人来济南，则是为了一场演唱会、一台话剧、一段相声。

今年以来，济南已经举办了黄绮珊、薛之谦、张信哲等热门歌手的大型演唱会，场场开票即售罄。

而这并不是一地一城独有的情景。周杰伦2023嘉年华世界巡回演唱会，三城12场门票一开售就“秒光”，最热门场次有约300万人参与抢票。五月天北京鸟巢演唱会，6场总计近30万张门票也是瞬间“秒空”，以致没有抢到票的“粉丝”喟叹：“十万人的鸟巢容不下一个我！”

演艺市场缘何突然“爆发”？它又能否“演”火旅游经济？

01

今年以来，演艺市场可谓“热浪滚滚”。

中国演出行业协会发布的数据显示，上半年，全国营业性演出场次达19.33万场，同比增长400.86%；演出票房收入达167.93亿元，同比增长673.49%；观众人数达6223.66万人次，同比增长超10倍。

有消息称，很多演唱会重点城市的剧场档期今年已经排满，有些甚至排到了2025年。

为什么会出现这种情况？

一是存量的集中释放。受疫情影响，演艺会等大型公共文化活动一度被限制，因此积攒了一部分供需存量，观众多少存在“报复性消费”的情况，“粉丝”奔赴偶像、青年奔赴时尚。今年一开年，这种存量就开始释放，入夏之后，释放速度越来越快。随着暑期的到来，演艺市场将会更加乐观。

二是供给的不断创新。演出活动的新内容、新形式、新体验不断涌现。以济南为例，不仅有众多热门歌手的演唱会，还有德云社一众“名嘴”的相声专场、开心麻花的喜剧生活节；不仅有民族舞剧《红楼梦》、芭蕾舞剧《红色娘子军》、话剧《主角》《惊梦》，还有昆曲《牡丹亭》等，可谓品类多样、内容丰富，广泛覆盖不同“口味”的观众。同时，搭建演艺新业态、小剧场新空间等，比如成都、济南、天津、武汉等地推出了能让消费者一边就餐、品酒、逛文化集市，一边观赏沉浸式戏剧演出的活动，深受年轻人追捧。

三是地方的更加重视。演艺经济得到越来越多地方政府部门的重视和推动，各地纷纷出招扩大消费基础，涵盖剧场、新空间、大型场馆和各类景区、园区、街区等。如全国首个以“城市文人IP”为创意原点呈现的体验式“济南二安文化园”，就集合了二安主题演出、二安非遗体验、二安穿越剧场、二安美食等多元业态。同时，不断升级服务环境、消费环境。如麦田音乐节举办期间，济南地铁将运营时间延至23:00；薛之谦演唱会期间，济南公交开通了26条演唱会歌迷定制公交专线，济南地铁也将运营时间延长至23:30。

02

周杰伦演唱会在海口连办4场，共吸引15.46万人次观众入场，其中省外观众9.51万人次；海口4天实现旅游收入9.76亿元，是端午假期旅游收入的3倍；演出期间，海口城市及周杰伦演唱会相关话题全网总曝光量超过7.2亿次。

而这，也并非个例。很多观众看完鹿晗演唱会下单了北京卤煮；梁静茹去沈阳开演唱会，沈阳的鸡也岌岌可危；陈佩斯父子在济南黑虎泉畔打水之后，引得网友表态“必须要去济南一趟”；黄渤海迷笛音乐节一办，烟台“这座城市建设得非常漂亮，体验感很好”的名声就传向八方……

由此可见演艺活动对旅游的带动作用和对城市形象的宣介之功。一场演艺活动带火一座城市，不仅算不上奇迹，反倒显得有点“轻轻松松”。

这是因为，作为注意力经济的一种，演艺会等线下大型演出不仅可以带来可观的门票收入，还可以在短时间内聚集海量客流。

统计数据显示，“一大”即大型演唱会音乐节，“一小”即小剧场新空间，两个层面共同发力，推动演出消费以及演出拉动的关联消费显著增长。

大量观众在全国各地到处观看演出的同时，对演出所在城市进行沉浸式打卡旅游，而“出去玩+看演出”的双重消费叠加，又持续推动人们走出家门，刺激旅游消费。

调研数据显示，“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次的50%，按照综合带动指数初步测算，五天假期内，仅音乐节和演唱会项目带动演出票房之外的交通、食宿等综合消费规模超过12亿元。

作为一种时尚、特色的文化旅游资源组合，“演艺+旅游”为文旅融合打开了一扇新的大门，丰富了城市消费新业态。

事实上，“演艺+旅游”这股席卷全国的风潮，已经开始催生文旅融合新变局。海口、乌镇、衢州、锦州、泗水等大中小城市频频因为爆火的演出站上流量的风口，传统旅游城市的格局也在被重新洗牌。

在这种趋势下，怎样做才能够接住这波流量的红利且实现长红呢？

03

演艺活动是集文化、娱乐、经济于一体的综合性活动，不仅能够带给人们愉悦的体验，还能够在经济上产生巨大影响和利益。但若真要做好“演艺+旅游”这篇文章，也并非易事。

今年以来，济南凭借密集、丰富的文艺演出，在各大社交平台上荣登“演艺重镇”之名，看演出成为去济南的新理由。在这背后，是济南做了大量“功课”。

一是完善硬条件。众所周知，一场演出的选址要考虑多重因素，演出规模、粉丝基础、场馆设施、交通条件、酒店接待能力等。而这些，于济南都不是问题。

作为全国性交通枢纽，济南高铁、高速公路四通八达。在文艺青年云集的小红书上，济南是出现频率最高的城市之一，被高铁沿线文艺青年视为必打卡的旅游城市。

济南还有优越的演出场地。东部，奥体中心是大型演唱会的首选，场馆内最多容纳6万人，且周边交通便利，附近商业成熟，公共设施配套齐全。西部，省会大剧院是济南市乃至山东省规模最大、功能最全、档次最高、具有国际一流水准的文化演出场所，被瑞士苏黎世爱乐乐团首席、国际著名小提琴家王晓明赞为“每个音乐家走进这样的剧院都应该感受到幸福”，剧院具有出色的高铁交通优势。

交通和场馆，再加上鲜明的文化气质，让济南拥有“演出网红城市”的底气。

此外，济南本身就是著名的旅游城市，具有高品质的生活方式、完善的商业接待环境、现代化的城市治理体系等特征，让其具备强大的接待能力。

二是提升软实力。近年来，济南将打造演艺大码头视为提升城市软实力的重要任务，多向发力、多措并举。比如紧盯国内外演艺市场最新动态，力争第一时间将顶级优质剧目抢到泉城、献给观众；比如整合资源，超前谋划各种艺术节、演唱会等活动，将各类精品演艺节目集结到泉城。

三是因应新变化。从文旅融合的角度看，演出是媒介，诚意和底蕴才是旅游经济的核心竞争力。

先说底蕴。作为中国历史文化名城，济南向来不缺历史文化名胜；自然风光也有“一城山色半城湖”的特色，加上淳朴热情的民风、古朴典雅的氛围、随处可见的文化场所和便捷的生活服务，很容易使人放松心情、享受生活，是低调但不容忽视的旅游目的地。在这般“硬核”的底蕴基础上，济南还不断求新求变，超然楼亮灯瞬间“亮”了网友的心，游泉打卡活动花样百出，游船夜航听民乐、古筝或是歌手演唱都行……

再说诚意。作为“好客山东”的一分子，济南对游客那是真“宠粉”。除了先前提到的公共交通因演唱会而增线、延时，对新兴起的“特种兵式旅游”，济南也是拿出十足的诚意招待，吃、住、行、游、购，每一项性价比都很高，再有丰富的文艺演出（娱）加持，形成了“吃住行游购娱”的高性价比旅游链条。

其实，不止在济南，整个山东都在张开双臂迎接“Z世代”的“出去玩+看演出”。今年春天，山东推出的“高铁环游齐鲁”套票，每人只需399元，就是送给年轻人的贴心礼物。

今年上半年，从大型演唱会到小剧场演出，从大剧院到公园广场，山东各地文艺演出不断，多元文化浸润齐鲁大地，也吸引着五湖四海的人们为一场好演出奔赴而来感受齐风鲁韵。

愿文艺演出早日成为山东文旅新名片。

大众报2023-7-12