

能逛能观演,可看可融入

# 旅游+演艺,激活消费新空间

本报记者 杨迅 祝佳祺 张文豪

## 大数据观察

看完小剧场演出,年轻人逛起周边商场和夜市,演唱会现场气氛热烈,场外文创摊位前同样人头攒动;到景区游览风景,还能沉浸式体验非遗项目……近年来,一幕幕鲜活场景,折射出旅游与演艺深度融合的文旅发展新趋势。

“十五五”规划纲要提出,培育特色主题旅游线路和旅游演艺精品项目。国务院办公厅印发的《加快培育服务消费新增长点工作方案》也明确,培育演出服务,体育赛事服务,情绪式、体验式服务等潜力领域发展动能。“旅游+演艺”如何持续迭代升级,又怎样激活服务消费新空间?记者进行了探访。

## 小剧场走进商圈、景区,延展消费链条

湖南省花鼓戏剧院内,由仓库改建成的“小剧场”人气高涨。融合了花鼓戏元素的新国风沉浸式幻境秀《新刘海砍樵》,以精彩的剧情和特效让观众沉醉其中。“看完演出后,我准备再带孩子去附近夜市,感受长沙的夜生活。”游客李女士说。

据统计,长沙夜间消费占全天消费额的60%左右,小剧场正成为“夜经济”的新引擎。长沙锦绣拾光商圈形成“看live+吃夜宵”的夜经济生态,年轻人看完现场音乐演出后流连于周边夜市,夜间消费链条持续延展;沉浸式夜游演出《天心阁楚点灯》单日吸引游客破万人次,带动周边夜宵、文创等消费业态同步火爆。“白天游景点,夜晚赏小剧”已成为长沙文旅的新名片。

在长沙五一商圈,小剧场也是吸引客流“新磁极”。长沙悦方ID MALL购物中心集聚了6家小剧场,2025年累计票房750万元。数据显示,五一商圈小剧场聚集区已形成“观演+餐饮+购物+住宿”的消费链条,周边3公里内餐饮消费因剧场客流实现62%的增长。

剧场和景区联动,让文旅消费更有内涵。长沙多个景区打破“走马观花”的旅游模式,以小剧场为载体,让自然风光与文化演艺双向赋能。在橘子洲头的《恰同学少年》青春剧场里,红色沉浸式话剧正在上演,观众化身“青年学生”,在声光电打造的实景中与百年前的湖湘青年对话。

青砖黛瓦间的脱口秀、景区互动的沉浸式演出、商圈中与观众互动的戏剧表演……在长沙,“剧场+商场”“剧场+景区”“剧场+夜经济”的融合模式,成为文旅消费新潮流。2025年,长沙71家演艺新空间累计演出1.7万余场,吸引观演人次超450万,票房收入突破3.66亿元。“我们努力以演艺带动游客长沙行,让文化流量转化为消费增量。”长沙市文化旅游广电局党组书记、局长易鹰表示。

## 演唱会结合特色文化,带火城市文旅

广西南宁,夜幕下的广西体育中心流光溢彩,“热爱之城”拼盘演唱会火热开场,汇聚了来自天南海北的歌迷。

“听说有‘宠粉大礼包’,我提前两天就在景区三街两巷住下,凭票根享受了许多餐饮

消费的优惠,把特色美食尝了个遍。”来自广东广州的歌迷黄狮说。

南宁市文化广电和旅游局联合餐饮企业、酒店推出的“宠粉大礼包”,涵盖餐饮住宿、景区门票等多重福利。交通部门则在大型演出期间延长地铁运营时间、增开公交专线,让数万歌迷听完演唱会不致回家路。

如何让“流量”变“留量”?南宁借演唱会展示城市形象,“老友南宁”音乐季等主题宣传活动持续出圈。演唱会门口的市集上,周边文创产品、农产品、非遗手工艺品等摊位生意火热。



“我在这有两个摊位,每次有演唱会还去门口摆摊,基本每晚都有上千元收入。”说话间,商贩周李华就麻利地装好了两袋椰汁。借助市集,非遗老友粉等特色产品通过“宠粉大礼包”走向全国歌迷。

在南宁,演艺经济的“长尾效应”还在持续发酵。“本次演出上座率达90%,五成以上观众来自外地,演唱会已成为南宁的移动名片。”演唱会总导演王科说,“《热爱之城》演唱会将舞台演出与南宁在地文化、特色消费场景深度融合,同时呈现广西各地著名美景。演唱会中,嘉宾也深度推介南宁美食美景,与现场观众分享交流。”

近年来,南宁先后出台支持和鼓励举办中小型音乐节、支持营业性演出发展等政策“组合拳”,优化演唱会环境,提升广西体育中心容量至5万人。同时,大型活动申报审批受理到许可时限缩短到5日。

2023年至2025年,南宁每年举办演唱会的场次从21场增至约40场。2025年,南宁举办的演唱会吸引观众64.63万人次,拉动经济增长36.42亿元,“跟着演唱会去旅行”成为新风尚。

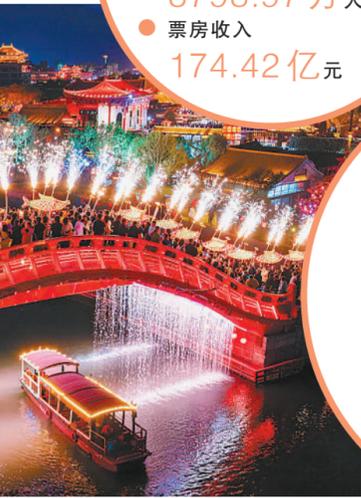
## 风景区丰富互动场景,升级沉浸体验

河南开封清明上河园大宋校场,看台上座无虚席。“哪位好汉愿上马一试试?”游客赵骥来到沙场,翻上马背。接过校场老兵递来的景区货币“大宋交子”,赵骥很兴奋,“这个环节很有趣,有机会还要尝试。”

暖场环节过后,战马嘶鸣入场。伴随如雷鼓点,经典马战剧目《岳飞枪挑小梁王》开场。如何让老节目历久弥新?他们设置了一系列互动活动,让游客从旁观者变身参与

者。”景区工作人员张馨月说。

作为以宋文化为主题的大型历史文化公园,清明上河园以北宋名画《清明上河图》为蓝本建设,《大宋·东京保卫战》《王员外招婿》等演出互动节目轮番上演,为游客营造多时段、沉浸式



游园体验。在耕织坊汉服馆,游客用互动任务赢得的“大宋交子”免费租赁宋制服饰。馆外,提示牌标注了兑换商户、地点和可兑换的游艺、餐饮、游船等服务。“身着宋服游清明上河园,上虹桥、坐游船,拿交子购买服务,有种穿越时空的代入感。”赵骥说。

在园内上善门旁,一场“宋宴”火热开幕。古色长桌一一排开,席间悠扬乐声,豫菜佳肴依次呈上,每道菜都对应着节目演绎。“我们把演艺与科技融入宴席,推出沉

璨灯火,如同宿在画中。“大家的审美在提升,经典节目必须常演常新,才能以更鲜活的方式触达观众。”导演梅帅元说。

河南省文化和旅游规划研究院院长张祥宇介绍,通过文化场景升级、消费动线重构、科技赋能体验,清明上河园等景点构建起“日观百戏、夜赏华梦、食在汴京、宿于宋风”的文旅新业态。2025年,开封累计接待游客1.16亿人次,实现文旅综合收入870.68亿元。

## 编辑手记

演唱会、实景演出、沉浸式戏剧……走进各地景区,在自然风光、历史文物之外,演艺节目正成为吸引游客的重要因素。从“到此一游”的观光打卡,向游客深度参与的情景体验转型,“旅游+演艺”让文旅市场产品供给愈发丰富,体验形式更加多元。

实现从“看风景”到“入情境”的消费升级,需要强化内容创新、深化科技应用、优化产业联动。在上海,观众可以在沉浸式戏剧《不眠之夜》中进入由上百个房间构成的舞台,他们的选择和行为将决定剧情的发展走向,观众成为故事的一部分;在重庆,水陆空联动的无人机灯光秀在夜空中

沉浸式宋式餐秀,游客可以身临其境体验古人风雅。”张馨月说。

开封作为八朝古都,近年来文旅持续“破圈”。市内不少景点构建“白+黑”全时消费场景,推出景点联票、“三天不限次入园”等优惠策略,留住更多游客。

暮色四合,华灯映水,大型实景演出《大宋·东京梦华》在宽阔湖面开场。新增设的水中月亮装置、可移动拱桥,与全球灯光、虚实交融的多媒体画面交相辉映,勾勒出更具诗意的景致。游客推窗便能看见游船画舫、

## 从“看风景”到“入情境”

高 尚

编织出立体光影画卷,前沿技术带来视觉新体验;在青岛,草根经济商家联盟成立,将观演人潮引至城市各个角落的消费空间,打造“吃住行游购娱”环环相扣的链式消费新场景……不论是丰富多彩的演出延长游客停留时间,还是“为一场演出奔赴一座城”,旅游和演艺相辅相成,成为服务消费领域的亮丽风景。

“旅游+演艺”还有很大发展空间。随着更多旅游演艺精品项目的打造,游客多样化的文化需求能得到更好满足,文旅流量将不断转化为消费增量,激活文旅产业高质量发展的新引擎。

左上图:清明上河园,夜间鱼灯巡游演出吸引大量游客。清明上河园景区供图  
数据来源于:中国演出行业协会  
制图:张芳曼

据测算,大型演出对其他消费的平均带动系数为1:6.85

全国5000人以上大型营业性演出3000场,票房收入324.48亿元,直接带动票房外消费超2200亿元

## 全国大中型旅游演艺项目演出

2025年全国大中型旅游演艺项目演出19.87万场,观众人数8798.97万人次,票房收入174.42亿元

全国5000人以上大型营业性演出3000场,票房收入324.48亿元,直接带动票房外消费超2200亿元

据测算,大型演出对其他消费的平均带动系数为1:6.85

## 大国小村

清晨,游客还没来,安徽省长丰县杨庙镇马郢村村民孙瑞景已经把院子扫得干干净净。这位86岁的老人,皮肤黝黑,手掌粗糙,是地道的庄稼人。可只要一戴上工作牌、拿起小喇叭,他就立刻换了一副模样——声音洪亮,脚步轻快,带着游客体验农活、讲解农耕细节,熟练又亲切。

“以前哪敢想啊,我一个农民能当导游,还能给别人讲课。”孙瑞景笑着说。马郢村驻村第一书记钟宇还记得2014年底刚来村里时的样子:“全村找不出一条像样的水泥路,村民大多外出谋生。”2015年,钟宇提出“助学、助农、助村”的“马郢计划”,试图打通乡村链接城市发展资源的通道。

计划从爱心助学开始,志愿者们从城市来到村里给孩子们上课。随着他们带亲友不断到访,钟宇发现城市人群对田园生活很感兴趣。村里讨论后决定转型发展乡村旅游。

“一开始村民不理解,这不就是我们天天看的样子,能有人来吗?”王义强回忆,“结果游客来了,都说马郢干净、舒服,是心里向往的乡村模样。”景有了,人来了,如何让乡村真正富起来、活起来?马郢的答案是:把农活变产品,让农民当导游。

王义强是最早一批来马郢的志愿者,也是最早一批扎根马郢的创业者。她专注农研研学产品开发,把田间地头变成移动课堂。插秧、收割、种菜、喂家禽……这些平常的农活成为研学体验、亲子互动的热门产品。

“研学有了场景,体验有了内容,但真正留住游客的,是热腾腾的烟火气。”带着这份理念,钟宇和村干部挨家动员。孙瑞景起初推辞,怕自己不善言辞、怠慢游客。钟宇劝他:“就讲讲你每天怎么种地、怎么过日子。”老人试着带游客认农具、下田体验,讲解农耕技巧,结果大受欢迎。

“第一次拿到讲解补贴时可激动了。”孙瑞景说,“原来守着家、守着地,也能挣钱。”更让他欣慰的是,常年在外的小伙主动回到村里,跟着他一起做导游、开餐馆。孙瑞景家热闹起来,也让更多村民看到了在家门口增收致富的希望。

如今,马郢村已汇聚49名创客,他们与村民共同激活乡村产业。民宿、餐饮、农产品销售、团建活动、研学课程相继落地,马郢逐步形成“农业+文旅+研学”的融合产业体系。从村集体收入仅2.15万元到现在的260万元;从无人到访到年接待游客近40万人次;从零散小农到年产值超4000万元的产业版图——一个个家庭的日子越过越红火,唤醒了村庄活力。

“把人激活、把景盘活、把业做活,让村民真正成为乡村发展的受益者、守护者。”钟宇说。

(相关新媒体报道见人民日报全国党媒信息公共平台《大国小村》传播云平台、农民日报官方公众号及“学习强国”学习平台同名专题)

# 田埂上长出美好生活

本报记者 李俊杰

## 我国5G移动电话用户达12.35亿户

本报北京3月25日电 (记者王政、刘温馨)工业和信息化部数据显示,截至2月末,三家基础电信企业及中国广电的移动电话用户总数达18.26亿户,其中5G移动电话用户达12.35亿户,比上年末净增3044万户,占移动电话用户的67.6%。

前2个月,我国通信业运行平稳。电信业务总量保持增长,5G、千兆光网、物联网等网络基础设施建设有序推进,连接用户规模持续扩大,移动互联网接入流量延续较快增长。

5G网络建设稳步推进。截至2月末,5G基站总数达490.9万个,比上年末净增7万个,占移动基站总数的38%,占比较上年末提高0.4个百分点。

千兆用户规模持续扩大。截至2月末,三家基础电信企业的固定互联网宽带接入用户总数达6.94亿户,比上年末净增316.7万户。其中1000Mbps(兆比特每秒)及以上接入速率的固定互联网宽带接入用户达2.45亿户,比上年末净增637万户。

## 智慧港口等级有了评价指南

本报北京3月25日电 (记者韩鑫)近日,交通运输部正式印发《智慧港口等级评价指南(试行)》,构建起一套科学系统的智慧港口等级评价体系,为我国智慧港口建设立标定向,通过以评促建、以评促用,加快推动世界一流港口建设。

当前,我国智慧港口建设取得积极进展,自动化技术水平和应用规模总体位居国际前列。累计建成60座自动化集装箱、干散货码头,其中万吨级以上自动化泊位占比约28%,自动化码头整体水平实现了“部分领跑”。

结合我国智慧港口发展现状,指南以数字底座、生产作业、运营管理、对外服务4个维度,提出13个一级指标、25个二级指标,将智慧港口划分为一级(引领型)、二级(高绩效)、三级(基本型)3个级别。在组织实施方面,明确由港口企业自主评价、中国港口协会和中国水运建设行业协会核评公布的评价程序,以及评价结果的动态管理与应用。

指南以正式投产使用不少于2年的集装箱、干散货两大货类专业码头、港区或港口为评价对象,同时适用于全国主要港口智慧化发展水平的等级评价活动。

本版责编:管璇悦 卢涛 鲜敢

## 中老铁路运输货物突破八千万吨

本报昆明3月25日电 (记者叶传增)25日上午,一列满载货物的中老铁路国际货物列车从云南昆明集装箱中心站驶向老挝万象,标志着中老铁路运输货物正式突破8000万吨,其中跨境货物运输超1800万吨,有力推动了区域经济发展。这是记者从中国铁路昆明局集团有限公司获悉的。

中老铁路开通运营以来,全线累计开行货物列车7.1万列,国际货物列车每日开行数量由开通初期的2列增至最高23列,列车牵引吨数由2000吨增至2800吨,运输货物量逐年攀升,已成为中国与东盟互联互通的“黄金大通道”。

截至目前,中老铁路国际货物列车累计开行超过2万列。已开行2条时速120公里和6条时速80公里固定中班列运行线,推动跨区域产业链对接,促进跨境货运量稳步增长。

中老铁路运输版图不断扩展,已覆盖老挝、缅甸、柬埔寨、泰国、越南、马来西亚、新加坡、孟加拉国等19个国家和地区。跨境商品种类从开通初期的化肥、橡胶等10余种扩展至目前的化工、纺织、电气、矿石等3800余种,为区域繁荣发展注入新活力、增添新动能。



3月24日,广东省广州市海珠区磁窑大道上,乘客乘坐自动驾驶小巴。自2017年开展自动驾驶道路测试以来,广州已累计开放1364条自动驾驶测试道路,941辆车辆开展道路测试与示范运营,涵盖自动驾驶出行服务、公交小巴、环卫清扫等多种车型。目前,广州汇集了汽车整车制造、自动驾驶系统集成、共享出行平台、第三方检验检测机构、智能网联汽车零部件生产等行业企业,形成相对完整的产业生态。新华社记者 邓华摄