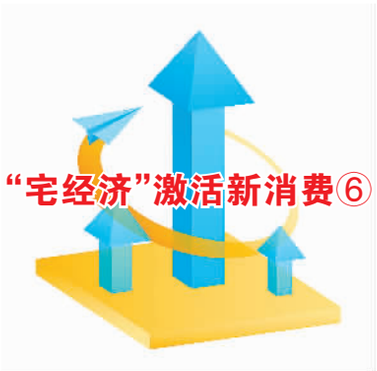
线上休闲文娱，真爽！

本报记者　**汪文正**



婉转的民歌，优美的对唱、劲爆的摇滚……打开小晶微信朋友圈转发的链接，悠扬的歌声传来，仿佛置身于KTV内。平时喜爱呼朋唤友到KTV一展歌喉的小晶，如今转到“线上”，和家人朋友在线K歌，享受“麦霸”的快乐。

新冠肺炎疫情影响下，许多消费者“宅家”的同时，充分体验在线休闲文娱的乐趣。“宅经济”正搭建起文娱消费的新场景，“屏幕经济”如火如荼，线上文娱方兴未艾，让一些原本钟爱传统消费模式的人们在“尝鲜”后感叹：“线上休闲文娱，真爽！”

宅家充电收获多，打卡！

——学做饭、学编程、学修图，在线培训项目百花齐放

“在家办公省去了通勤时间，正好用来充充电，在线学一些平时顾不上但自己喜欢的内容。我发现最近线上的优质网课特别多，不仅有名师授课，每天打卡还有优惠，最适合宅家一族了！”上海白领小罗最近一直在线办公，工作之余，她在线上参加了关于领导力培训、旅游地理等多项人文课程，还约好友一同参观了“线上博物馆”。“之前担心线上逛博物馆会有些枯燥，没想到现在技术这么发达，那些文物宝贝呼之欲出，在屏幕里、指尖下灵动而有生命力。”

在线学烹饪、变大厨，是近期年轻人的新时尚。北京居民小王、小周是室友，两人早在前年就合伙买了烤箱等厨具，可由于工作繁忙，没用几次就闲置了。这两个月，两人经常在线学习中西美食烹饪课程，让烤箱再次飘香，餐桌总是摆得满满的。数据显示，今年以来多款做饭、烘焙类APP走红，点击量成倍增长，甚至一度大幅推高了低筋面粉、泡打粉、奶油等相关食材的销量。

网易云课堂、慕课、腾讯课堂等平台上，休闲文娱等各类网课百花齐放，让消费者只需支付比线下培训低得多的课时费，就可以在线上跟着专业人士学园艺、茶艺、影片剪辑、图片修饰等。一些此前业务重心在其他领域的互联网企业也敏锐地捕捉到机遇，适时进入市场分一杯羹。

为适应防疫期间年轻人“宅家”需要，颇受年轻人欢迎的视频网站“哔哩哔哩”和问答网站“知乎”都推出了线上课程，采取文字、视频等形式，内容覆盖多个学科门类。“我在‘哔哩哔哩’上学茶艺、在‘淘宝直播’学养花。春天到了，就算宅家也要让整个人跟上春天的节奏！”小王说。

北京市社会科学院副研究员景俊美在接受本报记者采访时指出，采用线上方式，对接消费者需求、提供有吸引力的产品是一个新课题。要看到，各个年龄段的消费者都有充电培训的需求，这种需求一方面范围广，包括不少小众的爱好，另一方面要求比较高，只有真正优质、专业又便于获得的内容才可持续。“比如Python（一种编程语言）这一产品，有些在线网课就针对程序小白，用游戏的方式来引导课程学习，省去了许多过于专业的地方与传统的教学方式，更易于吸收。不少完全没基础的消费者，发现上几节课就可以做一个简单的游戏，很有成就感。”

中国贸促会研究院国际贸易研究部主任赵萍在接受采访时指出，线上休闲文娱行业需要更好的信息基础设施作为支撑。当前5G网络商用步伐加快，更好地利用新一代信息技术和通讯手段，提升用户消费体验，将为行业发展注入更强的技术动能。

◀疫情防控期间，江苏省连云港市连云区韵尔舞蹈中心推出系列公益舞蹈课程，丰富人们的宅家生活。图为韵尔舞蹈中心的老师在录制视频网上教学。
王　春摄
（**人民视觉**）

▲许多热爱户外运动的人正“转战”室内，“客厅健身”“云健身”成为“宅经济”的一个增长点。图为一名普拉提教练用视频指导学员进行产后恢复训练。
新华社记者　**刘　潇**摄

▼近日，浙江省杭州市淳安县姜家镇中心小学一位语文老师通过网络直播上习作课，在茶园现场讲解和茶有关的传统文化。
毛勇锋摄
（**人民视觉**）

刷剧听歌玩手游，氪金！

——在线音乐、视频、文字等知识付费项目、网络游戏迎来增长契机

出门少了，休闲娱乐并没有少。

“在家等开学这段时间，为了追上电视剧的更新速度，我开通了好几个视频网站的会员。”在广州工作的中学老师老林如今也和年轻人一样，成为“刷剧”一族。

数据显示，文字、音乐、视频等线上付费项目热度持续走高。截至2月中旬，爱奇艺、芒果TV、腾讯视频平台会员较疫情发生前环比分别增长了1079%、708%和319%，短视频平台快手、抖音日活跃用户数量不断攀升，“掌阅”、“得道”等在线阅读软件下载量也一路走高。

走热的还有游戏行业。近期，国内各游戏企业在用户规模增长上拿出了亮眼成绩单。2月以来，Steam在线游戏平台同时在线人数两度突破历史纪录，达到1900万人，多款手机游戏和斗鱼、虎牙等游戏直播平台日活跃用户数量也大幅增长。游戏企业完美世界旗下多款产品入驻各主流云游戏平台，企业负责人向记者介绍，春节期间，旗下手游《新笑傲江湖》下载量峰值较除夕增长了220%。

线上文娱消费需求的增长，相当一部分来源于线下文娱消费需求的转移。

商务部研究院流通与消费研究所梁威博士对本报记者分析，居民文娱消费已经形成一定的消费惯性，观影、观演唱会、观展等均已成为居民日常生活的一部分。“疫情发生后，线下文娱消费遇阻，一部分消费惯性需求被集中至线上平台，以线上形式释放出来，线下票房、演唱会等消费支出转向为线上数字内容等买单，助推了线上文娱服务消费规模的增长。”梁威说。

供给端抓紧打造丰富多样且易于获得的产品，也是线上文娱快递增长的重要因素。3月24日，上海时装周在线“云上赏云裳”启幕，消费者在线看秀，气氛火热。疫情发生以来，针对消费者的特殊需求，相关市场主体积极转型升级，挖掘潜在市场，云娱乐、云直播、云看展……景俊美表示，在供给侧主体多元化、5G技术开始普及、互联网商业模式日益丰富等多因素助推下，线上文娱行业整体向好。

“云”上开发新爱好，过瘾！

——文娱行业线上线下融合的新消费模式热起来，也为老年群体“打开新世界的大门”

“宅经济”不仅释放了已有消费需求，还为许多此前很少接触线上文娱产品的群体“打开了新世界的大门”。

“反正哪也去不了，正好多练字。”去年8月才退休的老赵，在直播平台订阅了书法在线课程，网购了文房四宝，摆开架势学起了书法。他的老伙伴们也都行动了起来，“我们这个院里的老年人都没闲着，有人在线上报班学习新疆舞蹈，有人在直播平台学习烹饪和园艺。本以为老年人玩不转互联网了，没想到一‘触网’，发展了不少新爱好！”老赵说。

一些在线下开展的传统文娱项目，也悄然向线上转移并蓬勃发展。

刘钢是一位健身教练，由于健身房暂停营业，他想到了线上带课的法子。“我注册成为一名线上健身教练，不仅在家就能工作，也能保持身体状态不松懈。”

许多热爱户外运动的人正在“转战”室内，“客厅健身”“云健身”成为“宅经济”增长点。“哔哩哔哩”数据显示，防疫期间该网站健身运动视频累计播放量达6.6亿次，较去年同期增长近200%，用户总观看时长同比增长了164%。

专家分析，文娱行业线上线下相互融合的新消费模式已经出现，如何使其在疫情结束、经济回归正轨后取得稳定的长足发展，成为从业者的新课题。

赵萍指出，当前线上文娱行业仍存在用户体验不够丰富、盈利能力偏低两大发展瓶颈，“线上文娱虽然能以廉价、便利的特点吸引用户，但由于缺乏专业设备和场景，在消费体验上与线下模式之间存在较大差距；同时，由于缺乏成熟的商业模式，用户需求价格弹性大，支付意愿低，行业获取收入仅依靠充值、打赏等，不确定性较高，难以持续经营。因此，在疫情结束、经济回归正轨后，存在着线上文娱行业需求收缩、暂时转移到线上的消费需求再次回归线下的可能性。”

赵萍认为，要将行业发展的短期动能拓展为中长期动能，线上文娱产品的生产者应使消费者在短期内养成的消费习惯保留下来，为行业提供长期的需求牵引。“内容为王，线上文娱行业要靠优质的内容吸引消费者。同时也要在用户交互上加强创新，提高消费者参与感，靠独特亮点提高用户黏性，形成消费者与产品之间的良性互动。”赵萍说。

“大量文娱消费短期内转向在线领域，市场迅速扩张，众多文化产品的同质化问题比较突出。”景俊美指出，企业应当明确产品定位，循序渐进。一些处于开发初期的大众化产品可以通过免费或低价吸引用户，待产品比较成熟、质量提高后再适当提高收费。“首先要解决信息基础设施的问题，提升产品体验，建立丰富的产业生态，依托先进信息技术创建‘文化+互联网’的商业模式。”

进资奖励真金白银　解决用地优化环境

广西“稳外资”打翻身仗

朱晓玲

3月初，一场别开生面的“云推介”在广西钦州市举行。来自17个国家和地区的企业及商务机构代表，通过视频会议系统、无人机航拍直播以及现场连线，“云考察”钦州华为数字小镇和中国（广西）自由贸易试验区钦州港片区。这是广西落实《2020年广西“不见面”招商引资工作方案》的一个新举措。

这一方案于今年2月推出，广西也成为全国最早推出同类方案的省份之一。方案不仅要求创新招商引资方式，还强调大力支持各类招商引资企业有序复工复产，确保广西来之不易的招商引资成效。

受外部环境复杂多变、全球直接投资持续低迷等因素影响，广西在2019年3月以前，实际利用外资连续11个月负增长。经过近一年的努力，广西2019年底实际利用外资（含投资性公司投资）11.09亿美元，同比增长142%，增速排名全国第二。

2019年12月，广西中旅德天瀑布旅游开发有限公司一次性到位外资5090万美元，为打造“一带一路”旅游合作先行先试标杆项目加足马力。突如其来的疫情令项目一度停工，好不容易迎来复工，返岗工人住宿却成了问题。在当地政府支持下，活动板房很快建了起来，工人们得以安心干活。眼下，跨境免税店建设、观景台搭建、栈道施工正在如火如荼地进行中。疫情这道难关过了，项目负责人吴兵总算松了一口气：“回想项目从接触到落地再到复工，我亲身感受到广西对外开放的力度和营商环境的进步。”

时间倒回到2018年末，那时德天旅游引外资项目已经接触了快两年，考察和研讨更是反反复复进行了多次，就是无法敲定合作。“最迟等到2019年6月30日，不行就撤了，总不能一直耗在这儿。”吴兵及其团队提出最后期限。

短短一年的时间，一个濒临“流产”的项目不仅起死回生，而且焕发出崭新活力。这首先得益于去年上半年广西出台“稳外资16条”。

根据“稳外资16条”，广西按实际到位外资总额的2%给予外资企业一次性奖励，最高奖励达1亿元。按照公平竞争和非禁即入原则，只要是负面清单以外的行业，都可申请引资奖励。激励力度和激励条件均处于国内领先水平。真金白银的奖励，给外资企业注入了一剂强心针。“进资越多、奖励越大，广西对外资这么重视，坚定了公司大股东兑现出资承诺的决心，我们对项目发展更有信心了。”吴兵说。

解决用地难，是广西引资的一大突破口。

在“稳外资16条”发布之前，广西许多地方因为用地指标紧张而头痛不已。辛辛苦苦招来的外商，总是项目等土地。“每一年市里的用地指标有限，要是大头都给外资企业了，市里其他项目的落地就会受影响。”北海市投资促进局工作人员刘相明坦言。

“稳外资16条”明确规定，对新引进年实际利用外资额1500万美元以上（含1500万美元）的国家鼓励类外资重大项目，用地指标由自治区统筹安排、给予保障。这让许多招商引资一线干部不由得拍手叫好，“这些突破性做法在之前是很难想象的，过去我们就只能眼巴巴地羡慕兄弟省份。”得益于这一新规，刘相明所跟踪服务的北海信义玻璃产业园，由自治区统筹安排项目建设用地，产业园所需的2466.49亩土地并未占用北海市的用地指标。用地问题解决了，企业投资进度明显加快。2019年，该项目已实际到位外资7872万美元。

无论是“稳外资16条”，还是《2020年广西“不见面”招商引资工作方案》，都强调对照国际标准，下大力气优化营商环境。近一年来，广西各地加快“互联网+政务服务”建设，推动国际贸易“单一窗口”综合业务全覆盖。同时，深入开展“外商投资企业服务月”活动，问需于企、问计于企、问政于企。

“项目建设推进顺利，项目工期相比国内同等规模项目整整缩短了2个月。北海干部担当实干，为企业开通绿色通道，帮助企业排忧解难，给了我们很大信心。”信义玻璃集团副总裁张明这样评价北海市的营商环境。

广西投资促进局局长杨春庭表示：“自治区党委、自治区人民政府高度重视稳外资和优化营商环境工作，我们和商务厅等部门密切配合全力抓好落实，广西优化营商环境各项主要指标对标世界银行标准，进入全国先进行列。”据《2019年广西营商环境调研报告》显示，受访企业对广西营商环境满意度较2018年提高16%，九成以上企业认为广西营商环境获得改善。

武汉市场“云”开市

随着疫情防控形势好转，武汉汉口北国际商品交易中心30多个市场全面开市运行。为助力商户做好线上线下全面开市，市场积极引入50多家互联网平台、电商平台及直播机构，服务市场商户。图为3月29日，一名主播在汉口北市场直播销售某款水杯。
新华社记者　**肖艺九**摄