

年中市场盘点④

演出市场发展势头强劲



成为市场增长驱动力

今年上半年,5000人以上的大型营业性演出表现尤为亮眼。“五一”假期,大型演出票房收入达12.12亿元,同比增长5.12%。数据表明,头部演出项目对市场拉动作用显著,大型演唱会、音乐节已成为市场增长的核心驱动力。

大型演唱会观众结构呈现多元化趋势。中国演出行业协会数据显示,35岁及以上观众占比达21.6%,同比增长2%;青少年观众比例提升至3.6%。老牌歌手的巡回演唱会吸引了大量中老年粉丝,反映出演出市场受众范围扩大的积极态势。

一线和新一线城市仍是大型演出的主要举办地。5月份,一线城市演唱会场次环比增长27.4%。北京、上海、广州、深圳等一线城市凭借完善的场馆设施、庞大的消费人群和发达的交通网络,持续吸引顶级演出项目入驻。以北京鸟巢为例,2025年演出季以来,周边商业设施客流量同比增长50%,营业额提升30%,显示出头部城市的强大集聚效应。

与此同时,二三线城市的消费潜力得到充分释放。部分歌手在二三线城市的演唱会频现“开票即售罄”现象,标志着中国演唱会市场正经历地域性扩张,演出资源分布趋于均衡。

塑造城市文化新名片

今年上半年,音乐节市场呈现出结构调整。规模在5000人以上的大型音乐节数量有所减少,中小型音乐节逐渐成为市场主流。这些中小型音乐节在内容上注重打造垂类特色,在演出场地和配套服务上不断创新,为观众提供更优质的视听体验。

音乐节发展呈现“高线主导、地域下沉、辐射扩大”的趋势。今年一季度,三线城市音乐节演出活跃,共举办音乐节11场,占比25.6%。新一线城市及二线城市共举办音乐节18场,占比41.9%。从省份分布看,广东和江苏音乐节举办数量均为7个,并列全国第一;浙江表现亮眼,在杭州、绍兴、温州、舟山等地共举办5场音乐节。

为承接演唱会带来的巨大客流,多地推出创新营销策略。安徽滁州“葫芦果音乐节”在“五一”假期推出“音乐节+景区”联票,乐迷可凭票游览琅琊山、醉翁亭等景点,有效拉

动了假日消费。青岛、上海等地则推出“票根优惠”政策,凭演唱会门票可享受景区、酒店折扣。这些举措深化了演出与文旅联动,提升了消费体验。

音乐演出的蓬勃发展,得益于各地政府及主管部门对文化产业的高度重视。一系列扶持政策积极推动“音乐+旅游”“演出+旅游”等新业态发展,不仅丰富了市场供给,更促进了音乐演出与旅游产业的深度融合,为市场注入新的活力。

撬动文旅消费新格局

今年上半年,演出市场需求侧在年龄结构、消费偏好和行为模式等方面呈现多元化特征,对演出产品和服务提出了更高要求。年轻观众展现出对特定类型演出的偏好。美团旅行数据显示,仅2025年“五一”假期前后,“95后”年轻用户在美团搜索音乐节相关产品同比提高107%。音乐节等展演经济带动了酒店、景点门票的“提前预订”热潮,其中提前8天以上预订酒店、景点门票的游客同比增加11%。

演出消费已远超门票本身价值,呈现“门票占小头,吃住行游购娱占大头”的特点。美团平台数据显示,今年以来,与演唱会、音乐节关联的酒店预订单同比上涨近1倍,这种消费模式的转变提升了演出活动的综合经济价值。“为一场演出奔赴一座城”成为常态,演唱会、音乐节正有力带动本地文旅产业发展,促进“吃住行游购娱”一站式消费,形成“3小时演出撬动72小时消费”的联动效应。

摩天轮票务CEO刘敦表示,今年演出市场总体呈现向好向稳发展状态,供需持续两旺,许多城市出台相关政策鼓励举办大型演唱会、音乐节,进一步释放了市场动能。

在“票根经济”和文旅商旅联动带动下,演出市场消费热情高涨,“演出+”与“+演出”模式串联起多元消费场景,演出市场活跃度显著提升。上海华人演艺有限公司CEO洪迪表示,演唱会的跨地域影响持续放大,已从本地娱乐消费活动变成跨地域跨城市的消费现象,有力带动了餐饮、住宿、购物等相关产业发展,创造了可观效益。未来,行业还需要继续创新“演艺+文创”“演艺+旅游”等多元模式,提升城市文化软实力,助力打造国际文化名城。



7月28日,在安徽省芜湖市繁昌区峨山镇城东村,农机手驾驶收割机收割“再生稻”。近年来,当地积极推广“再生稻”,实现一季收两茬,促进粮食增产丰收。

鲁君元摄(中经视觉)

□ 本报记者 姜天骄

针对老年人租房难题,有关部门应积极行动,从根本上扩大“宜居”房源基数;同时,加大政策支持,对提供适老房源的房东或机构给予税收优惠、改造补贴等实质性激励。

康琼艳

当前,我国租房群体规模持续扩大。作为租房大军中不可忽视的一类群体,老年人因为年龄问题在租房时遭遇区别对待,“3天被拒18次”“宁愿空置也不租给老年人”“老人入住租金上涨20%”……种种现象不时发生,给老年人生活带来了不小的困扰。为何有人不愿租房给老年人?如何解决银发族租房难题?

老年人租房难,远非一句挑剔可以概括。一方面,由于身体机能逐渐退化,老年人对居住环境有着更高、更特定的要求,一些在年轻人看来不太起眼的小毛病,对老年人而言却是很大的困扰和不便。另一方面,房东普遍担心老年租客在租住的房屋中出现意外或紧急情况,单纯依靠租房合同又很难厘清权责关系,一旦发生风险,房东可能面临繁琐的后续事宜,甚至陷入法律纠纷。此外,沟通不畅、生活习惯难磨合、智能家居产品误操作、提前退租不稳定,种种成见也让房东和中介认为老年租客的维护成本更高,从而采取简单拒绝的方式规避“麻烦”。

老年人租房难,折射出社会对老年群体居住需求的认知不足。许多人仍固守“老人自有房或随子女居”的陈旧认知,认为老年人租房属于小众需求,无视人口结构深刻变迁下的新现实:不少老年人因务工经商、照顾孙辈或寻求更好医疗资源等原因迁居其他城市,异地养老群体扩张,“以租换租”越发常见,等等。

破解这一困局需多维度、系统性发力,校准认知偏差,补齐制度短板。

必须正视并激活银发租赁市场的巨大潜力。这不仅是解决痛点的路径,更是银发经济一片亟待开发的蓝海。当前房屋租赁市场主要面向年轻人和中年人,鲜有专门面向老年人的租赁产品和服务。面对这一市场空白,相关企业应抓住机会,另辟蹊径,聚焦老年人的独特需求,开发服务老年群体的租赁平台。同时,通过引导、激励或者合作改造,提供“老年友好型”住房,提升此类房源供给比例。

有关部门应积极行动,兜牢“老有所居”的民生底线。比如,加速适老化改造进程,大规模推进老旧小区加装电梯、公共空间无障碍化改造、家庭适老化改造补贴,从根本上扩大“宜居”房源基数。同时,探索发展适老化改造社区、老年友好型保障性租赁住房、医养结合型租赁项目等,为不同需求的老年人提供多样化、可负担的选择。

破解老年人租房难,还需要给房东吃“定心丸”。对提供适老房源的房东或机构给予税收优惠、改造补贴等实质性激励。此外,针对老年人租房可能出现的易发多发问题,通过创新保险产品、优化担保机制等方式规范涉老住宅的开发和运营,从而合理分散和转移风险,既免去房东的后顾之忧,也让老人安心居住。

演艺之都活力四射

本报记者 韩秉志

今夏北京演出市场热力十足。仅6月28日一天,北京6个大型体育场馆同步举办大型演唱会,单日吸引观众超10万人次。

在这股演艺热潮中,国家体育场“鸟巢”尤为引人注目。自3月起,“鸟巢星光演出季”持续上演,多位知名歌手接连登台,全年预计举办大型演出50余场。

依托丰富的酒店、特色餐饮、购物中心等商业配套,北京已成为“跟着演出去旅行”的热门目的地。今年以来,北京将演出作为城市活力引擎,持续创新“文旅+”消费场景,带动餐饮、住宿等多业态联动。比如,在延庆区举行的北京超级草莓音乐节吸引游客超3万人次,带动举办地世园公园周边酒店入住率达100%。

演出市场的火热,是北京“演艺之都”建设纵深推进的结果。近年来,北京持续推动“演艺+”多元融合模式,从繁华商圈到文化园区,从博物馆、老建筑到城市公园,一批融合演艺、消费、社交、旅游功能的“演艺新空间”陆续涌现,为城市注入文化活力和消费动能。

朝阳区作为首都文化演艺高地,构建起多层次、全链条的演艺产业生态体系。朝阳区近60个特色鲜明的演艺空间形成大型场馆、特色空间、城市公园和文创园区相互补充的多元场地矩阵。数据显示,2024年朝阳区开展营业性演出约8.6

万场。

“我们推动‘演艺+场景’的创新实践,将演出融入商圈、公园、园区、滨河岸线等城市公共空间,用艺术点缀日常生活。”北京市朝阳区文化和旅游局副局长王令介绍,今年,朝阳区以“One night in北京朝阳”为口号,计划新增10家沉浸式演艺空间,引入100场顶级演出,打造全国领先的演艺策展高地。

作为北京市首批授牌的25家市级“演艺新空间”之一,位于奥运商圈核心位置的福浪Livehouse,正逐步成长为年轻人文化生活的热门打卡地。“我们突破传统演出场地的单一模式,深度融合音乐、社交、娱乐多元业态,成为探索‘演艺+生活方式’融合发展的样本,为观众呈现出优质的视听体验。”福浪Livehouse主理人黄新说。

“演艺+”模式持续向细分领域拓展。暑期,全景沉浸式儿童互动剧《童游山海》在首创·郎园Station准点剧场驻演。该剧打破传统舞台边界,围绕“消费引流、场景联动、衍生开发”策划活动,并在公园、商圈进行快闪互动,实现“演出即传播”“场景即引流”。“驻场演出是连接传统文化、现代教育与城市消费的桥梁。”北京市对外文化交流有限责任公司董事长范莹表示,希望借此实践,为沉浸式儿童剧常态化运营及文旅商融合提供可复制的样本。

银行网点边瘦身边提质

本报记者 王宝会

□ 截至6月30日,银行机构今年累计撤销网点2677家。在撤并旧网点的同时,银行也在积极设立新网点,截至7月初,商业银行新设分支机构超过3600家。

□ 特色网点是银行打造差异化优势的重要路径。未来,数字金融与银行网点将长期并存,线上和线下一体化协同是商业银行优化网点布局的重要方向。

市场竞争格局的变化,客户行为和需求也在变化,传统网点的服务功能亟需拓展,包括便民服务缴费、社区公益服务、政务支持、客户发展支持等方面,这些功能在新网点上进一步延伸服务、增强用户黏性,也给客户带来更大的价值体验。

从新设网点结构看,农村商业银行表现活跃。浙江农商联合银行辖内平阳农商银行零售金融部负责人程淑贤介绍,由于存在“数字鸿沟”和大量的“信用白户”,中小银行优化线下网点服务必要性更强。在老龄化趋势加剧背景下,银行对网点进行适老化改造,探索打造“金融+医疗云”等服务模式,有助于提升老年客户的服务体验。

姜飞鹏表示,大型银行网点布局相对完善,中小银行网点多集中于特定区域。为弥补数字化能力与大型银行的差距,有必要在监管许可的情况下优化中小银行网点布局,从而更好协同线上渠道提供优质金融服务。

科技支行、绿色支行等特色化、智能化网点成为银行网点“瘦身提质”的一大趋势。汪雯羽表示,特色网点是银行打造差异化优势的重要路径。对中小银行而言,网点发展重心应放在解决核心客群痛点上,围绕其需求升级服务细节,实现“小而美”目标;并整合政策、产业链、行业数据等资源,构建从金融支持延伸到产业服务的生态体系。

未来,数字金融与银行网点将长期并存,线上和线下一体化协同是商业银行优化网点布局的重要方向。在数字金融快速发展的背景下,银行网点数量可能继续减少,但不会全部消失。线上渠道更适用于提供标准化、便捷化的基础服务,有效降低银行运营成本;而线下渠道则在处理复杂业务、服务高端客户或需要深度交互的场景中,提供更具温度的个性化服务体验。二者相互补充,共同构成未来银行服务的新生态。