

海口打造“演艺之城”拉动消费

本报记者 王伟

在深度媒介化的今天,年轻人的消费模式常常呈现抱团式、分享性的特点。文艺演出激活了年轻人的消费热情,拉着后续消费链条。



海南省歌舞团创演的民族舞剧《东坡海南》。张茂摄(中经视觉)

近年来,海口围绕打造“演艺之城”的目标,通过优质品牌创建、新业态培育、新场景打造,逐步形成“文化演艺+旅游休闲+体育赛事+购物消费”的文旅发展新模式。据统计,仅2023年度便有8场万人级明星演唱会。在迷笛音乐节举办的3天时间里,有超过4.7万人次游客来到海口,带动旅游消费过亿元;时代少年团演唱会吸引3.07万人次观众入场观看,带动旅游收入2.26亿元;周杰伦演唱会更是4天吸引15.46万人次游客入场观看,完成旅游收入9.76亿元。大小型演出纷纷落地海口,岛内外演艺资源互通,演唱会经济实现了四两拨千斤、撬动城市发展的大作用。

演出激活城市消费

2024年元旦夜,海风习习,海口五源河体育场一条长120米的街道被布置成巨型舞台,嘉宾们在30米高摩天轮上尽情表演,9个商业直播间实时容纳5000万人线上观看。当新年的倒计时数字在巨型屏幕中跳动至零时,现场两万人的齐声欢呼将新年气氛推向高潮。

晚会主办方湖南卫视芒果TV晚会总导演丁三介绍,此次是湖南卫视第三次在海南举办跨年晚会,位于海口市的舞台打造成近万平方米的“生活街区”,观众分布在街区不同位置,每一首歌曲、每一段表演都有可能让观众近距离展示。目前,这条沉浸式跨年街已成为海口新地标,不少市民游客前往拍照打卡。据海口市旅游和文化广电局统计,该晚会共吸引观演游客2.26万人,带动旅游收入1.47亿元。

来自全国各地的歌迷们纷纷前往海南,享受音乐盛宴。自锚定“演艺+旅游”发展规划以来,海口市持续引进周杰伦2023嘉年华世界巡回演唱会、2023赵传“人生大梦”世界巡回演唱会、天后之夜巡回演唱会等,相继举办迷笛音乐节、及冠音乐节等文艺活动。其中备受关注的周杰伦演唱会在4天内吸引了省外观众9.51万人次,占观众总数的61.5%。因文艺演出而聚集的游客为海口旅游市场添了一把“旺火”。

中国旅游研究院助理研究员赵一静说:“音乐节不仅仅带来了票房收入,乐迷的衣食住行需求还可以有效拉动‘吃住行游购娱’整个产业链,有效带动城市旅游消费。看一场演唱会,来一场说走就走的音乐之旅,已经成为一种新的旅行风尚。”

文艺演出的主要受众是“Z世代”的年轻人。在深度媒介化的今天,这批年轻人

免税购物福利叠加

海口不仅有多类型的文艺演出吸引着巨大客流,更有价格实惠的免税产品提升游客黏性。作为国内规模、体量最大的免税城市,海口在免税福利上一直敢下“狠”功夫。元旦期间,海口5家免税店纷纷推出跨年晚会专属礼遇。cdf中免集团旗下的海口国际免税城、日月广场免税店、美兰机场免税店推出凭跨年晚会门票领无门槛代金券、享专属折扣、优惠住酒店、优先提货等活动和服务,同时提供免费往返免税店和海口五源河体育场的穿梭巴士;cdf免税城推出凭跨年晚会门票购物享贵宾专属折扣和免费坐穿梭巴士。

除了力度极大的优惠福利,2023年4月1日,离岛免税还新增“即购即提”“担保即提”提货方式。其中,离岛旅客在购买单价不超过2万元(不含)且在清单内的15类商品,可以按照每人每类免税品限购数量的要求,选择“即购即提”方式提货,即支付货款后可现场提货,离岛环节海关不验核实物。此举既便利了短期来琼游客,也加快了门店运行效率。

在海口美兰国际机场办理“担保即提”验核手续的旅客杨佳宁说:“年底到海南出差的时间很仓促,还好有‘担保即提’,在市区买完免税品后随身携带到机场办理手

续,过几天就能收到退还的担保金。离岛免税政策真是越来越贴心了!”

据海口海关统计,2023年海口海关共监管离岛免税购物金额437.6亿元,比上年增长25.4%;购物人数675.6万人次,增长59.9%;购物件数5130万件,增长3.8%。2024年春节假期期间,海口海关共监管离岛免税购物金额24.89亿元,购物人数29.77万人次,人均消费8358元,迎来了龙年“开门红”。

政策扶持红利不断

为了演艺产业能更有序、高效发展,海南省于2019年全面修订了《海南省文化产业专项资金管理暂行办法》,并相继推出《海南省人民政府办公厅关于促进海南文体会展活动恢复振兴的若干措施》(以下简称《若干措施》)以及《海口市文化产业发展专项资金管理暂行办法》等一系列政策措施,给文化演艺市场兜好底。其中《若干措施》明确设立文体专项奖补资金,总规模1.1亿元;文艺展演根据观演人数对企业进行补贴,观众人数达3万人(含)以上补贴150万元;观众人数达2万人(含)至1万人补贴100万元;观众人数1万人(含)内补贴50万元,用真金白银铺就海南演艺行业发展之路。

此外,海口还加快制定了《海口市繁荣

发展文艺演出市场实施办法》,对优化大型营业性演出审批流程、精品惠民文艺演出票价等方面作出明确规定。以“一件事”为标准,通过“材料精简、流程优化、网上联办”的方式,打造跨部门多业务协同场景,将涉及“大型群众性活动”事项相关联的“办会展”“办赛事”“办营业演出”等业务进行优化,实现“一件事一次办”。优化后,将达到办事材料精简近50%、办理环节优化50%以上的高效审批。

海口也在不断完善和建设更多能提供文艺演出的场地。海口演艺新空间已于今年1月3日正式开放启用,与海口湾演艺中心大剧场形成互补,构成海南首个演艺聚集群落,为市民和游客提供一个集艺术欣赏、文化交流、娱乐休闲于一体的多元化平台。

在一系列政策支持下,海口市2023年共审批营业性演出405批次,涉及演出人员9389人次,其中审批大型营业性演出19批次,演出市场复苏势头强劲。

海口市人民政府副秘书长陈力表示,未来将进一步深化政策研究,深挖文化发展潜力,壮大演艺发展基础,做大做强海口市文化演出产业,为全国文化演出行业提供产业基础,把海口打造成中国特色演艺之城、国家对外文化交流高地。

“陆羽市集”琳琅满目,景区景点人潮涌动,网红餐馆排起长队,电影院座无虚席……湖北天门市热闹火热的消费场景,释放出“茶圣故里”的新活力。

“平时在外工作,很少有时间逛茶圣故里,趁周末好好游玩一下。”在外地工作的龚文浩和亲友一起登上茶经楼,参观陆羽纪念馆,感受茶圣故里的古色古香。

在城区,茶圣故里园作为天门及周边的核心景区,以美景及茶文化体验为特色的项目吸引力越来越强。胡家花园、博物馆、东湖公园、北湖公园、城市规划馆等景区景点被广大游客追捧。在乡村,随着乡村旅游快速发展,田园采摘、亲子游乐、农家美食等观光休闲体验活动成为春季文旅消费主旋律。杨林方舟生态庄园、海龙岛、长寿山原村、百丰生态园、七星岭旅游景区、张家湖国家湿地公园等乡村旅游景点人气爆棚。

“想不到可以在老家看到‘打铁花’这样的非遗项目。铁树银花真好看……”从上海返回家乡天门的王昊边逛陆羽市集边发出感叹。在上海生活工作20多年,看惯了大都市的繁华喧嚣,今年春节期间回到5年未回的故乡,王昊感触颇多,特别是陆羽市集“游购乡村·年约荆楚”系列活动让他好好享受了一把久违的年味。

作为陆羽市集活动的一个项目,非遗绝技“打铁花”春节期间精彩上演。匠人赤膊上阵,将铁水奋力扬起,一串串耀眼的铁花在空中绽放,如同满树银花四散。在不绝的欢呼惊叹声中,围观者邂逅了一场穿越千年的烟火大秀。

“非遗有传承,大家都喜欢!”从武汉来天门走亲戚的黄小蕾说,从武汉到天门自驾两小时左右,坐火车都不到两小时。早晨在武汉的家里“过早”,不到10点钟就到了天门。“国家级非遗项目天门糖塑、市级非遗项目天门猫猫鞋等都非常棒。和亲朋好友边看非遗边购物,大家玩得不亦乐乎。”黄小蕾说。

春节过后,天气渐暖,市民游客或呼朋唤友,或举家出行,纷纷在陆羽市集的祈福门、美食嘉年华、互动游戏区、非遗文化体验馆等板块参与体验,130余个美食、祈福、文创、服装展销、游乐设施、特色农产品等展位琳琅满目,为市民和游客带来游玩、消费新潮流。

“从农历正月初二开始,每天都忙得脚不沾地。”天门梁家小院老板感慨道。前不久的春节假期,该餐馆天天爆满,在相关平台上排队等位的也不少。天门是中国蒸菜之乡,天门九蒸不仅拥有完整、成熟、独特的蒸菜传统技术体系,而且拥有久远的发展历程,深厚的文化积淀和鲜明的风味个性。

天门商务部门监测显示,春节期间该市住宿、餐饮业营业额达2970余万元,同比增长25%;住宿餐饮业重点监测企业营业额同比增长26%。“其中一个重要原因是人口回流明显。2023年天门因服装电商产业带动回流人口4万余人,促消费活动、展会等也推动了餐饮住宿业迅速增长。”天门商务部门负责人表示,传统文化与多元业态相结合,当地消费不断升级。

来自天门商务部门的统计资料显示:2月10日至17日,该市各样本企业合计销售额为4839万元。同等样本企业与2019年2月5日至2月12日相比,增长11.3%;与2023年1月22日至1月29日相比,增长8.3%。同时,线上消费火爆。据天门交通运输局初步统计,2月1日至19日,全市快递出港量(收货)340万件,进港量(派件)225万件,同比增幅约10%。天门豆饼、糍粑、水八仙、炒米、黄潭米粉、黄潭粽子等传统食品,肉丸子、卤猪蹄、藕夹等特色预制菜,以及女装服饰都广受欢迎,电商订单占比超过60%。

本报记者

董庆森

柳洁



消费者在海口国际免税城购物。新华社记者 郭程摄

市场瞭望

创新思路激发消费潜能

李勇坚

我国消费潜能不但体现在庞大的人口基数上,更体现在消费结构与消费偏好随着社会经济发展而产生的质的飞跃上。个性化、悦己化、健康化、创新化等新消费需求快速发展,各种新技术、新场景、新业态在消费领域应用持续深化,将是高效激发消费潜能创新思路。

既有强烈消费欲望,又有支付能力的社会群体是激发消费潜能的有力支撑。

“Z世代”的消费潜能值得挖掘。“Z世代”人口达到2.64亿人,约占我国总人口的19%,更加追求个性化消费、品质消费,在情感消费、兴趣消费、体验消费等方面的支付意愿要远远高于其他年龄段。定制、独家产品、个性化服务、体验消费、国潮国货牌等文化附加值、创意附加值、情感附加值较高的产品或服务的消费潜能较大。以“Z世代”为代表,以社交价值为出发点的消费也正在兴起,消费潜能进一步彰显。数据显示,84%的受访者曾有过以社交媒体为中心的消费行为。

银发消费的消费潜能不可忽视。根据国家统计局数据,2023年年末,我国60岁及以上人口29697万人。2023年老年用品市场规模达5万亿元。老年人负债率较低,具有较强的消费能力,消费潜能较大。以游

为,随着“60后”步入退休年龄,老年旅游消费的消费潜能正在释放。中国旅游研究院发布的《2023年中国老年旅居康养发展报告》显示,到2025年,我国老年国内旅游收入将达到1.14万亿元。与健康相关的消费已成为老年群体最突出的需求,达到万亿元级市场规模。

中等收入群体正成为消费的中坚力量,具有最大的消费潜能。中等收入群体对健康、即时、便捷、便利、智能等有着更高要求,文化、旅游、娱乐、教育等方面的精神消费占比将持续提升,这意味着在技术创新、商业模式创新的推动下,消费潜力还将有巨大的提升。

消费潜能的激发需要持续提升供给侧创新能力。

积极推动服务业数字化,扩大服务消费。2023年,我国居民人均服务性消费支出占比为45.2%。从国际经验看,我国服务消费占比仍有20个百分点以上的提升空间,具有很大潜力。服务消费本质上是体验性的,存在着突出的信息不对称,数字化能够解决服务消费过程中的信息不对称问题,从而将服务消费的潜力释放出来。以家政服务行业为例,通过数字化解决家政服务过程中的痛点问题,使潜在需求变成

现实消费动力。

产品、功能、业态、模式创新创造新消费。通过对消费者需求痛点进行深入分析,持续对产品和功能进行创新,从而激发新的需求。根据中国智能家居产业联盟的数据,2023年中国智能家居市场规模预计达到7157.1亿元,出货量为3.3亿台。随着人工智能的快速发展,家用服务机器人产品将进一步成熟,这将带动新的消费。数据显示,2022年中国服务机器人市场规模已达516亿元,预计2024年将达到857亿元。

新技术打造新场景引致新消费。利用新技术,重塑供应链,创造新场景,深度挖掘消费者的潜在需求。通过深度融入体验、娱乐、社交等元素,打造沉浸式、体验式、互动式的数实融合消费新场景,使消费行为从品牌化向场景化转换,将极大拓展消费需求。例如,利用XR技术,超越物理定理的限制,超越时空的娱乐体验,随时随地给消费者带来快乐,从而推动文化娱乐等相关消费。

消费潜能并不是凭空出现的,而是需要一系列政策措施予以配合。

一是需要培育与提升消费能力。消费能力包括收入、预期、时间等要素。随着消

费潜能向服务消费转型,时间要素在消费中变得更为重要。文化、旅游等具有较大潜力的精神类消费,往往是时间密集型的。应积极进行灵活休假试点,为服务消费提供时间要素。

二是增强促消费政策的一致性。消费潜能较大的服务消费等,需要更有力的政策支持。这要求对促消费政策进行梳理与整合,从而提高促消费政策的一致性。

三是优化供给体系。不断完善城乡消费基础设施,提高供给效率。鼓励供给侧创新,对与新产品新服务相关的审批、监管等体制进行创新,简化审批流程,取消不合理前置审批事项,加强事中事后监管。建立容错机制。强化监管协调,避免交叉重叠、监管空白、监管冲突等。

四是完善消费环境。优化农村等消费环境。针对保健品直播乱象、医美服务恶意推销、网络销售虚假宣传价格欺诈、大数据杀熟等新业态催生的问题进行专项整治,结合社会信用体系建设,适应网络化数字消费的新形势,不断创新监管方式和监管手段,畅通消费者投诉渠道,切实保护消费者权益。

(作者系中国社会科学院财经战略研究院研究员)