

# 演出市场消费者满意度提升

本报记者 姜天骄

消费者对演出行业的诉求不仅仅是买到票,更需要看到好的演出,享受到良好的服务。相关各方应共同关注、一起参与,推进消费者权益得到全面落实。

右图 观众在西安市长安十二时辰主题街区观看实景演出。

新华社记者 岑云鹏摄

下图 观众在贵州省黔西市横店电影城电影海报前留影。

范晖摄(新华社发)



范围:山西将促进演出市场繁荣写进重点突破性任务。

手段抢票,进而囤积居奇。

## 平衡票务管理与消费需求

### 着力破解消费者买票难

报告显示,影响消费者观演满意度的前五大原因分别是:热门节目买不到票;对演出内容不满意,如歌手假唱、演出阵容缩水、演出或体育赛事临时取消等;霸王条款,退票要求高额手续费,合理的转让或改签需求无法实现;演唱会等大型演出项目需要身份证、电话、人脸、姓名等个人信息,导致个人隐私不安全;热门演出价格高。

对于买票难的原因,绝大多数消费者归咎于天价票的盛行以及主办方的违规分配票品,而实际调查结果显示,此系供求极度不匹配造成的客观现象。业内人士指出,热门演出在出票量限制的情况下,面临极高的市场需求,导致供需极度不匹配。解决供需矛盾的关键在于供给端的持续丰富,对热门演出可以增加巡演城市和场次数量,除了少数超大型城市,覆盖更多二三线及以下城市区域,以降低消费者买票难度。

2023年9月,文化和旅游部、公安部联合印发了《关于进一步加强大型营业性演出活动规范管理促进演出市场健康有序发展的通知》,明确进一步提高大型演出活动门票销售比例,演出举办单位面向市场公开销售的门票数量不得低于核准观众数量的85%。

专家建议,对于“一票难求”的顶流演出,销售机构不妨改善销售模式,让消费者感受到更大的公平感。如在实名售票的基础上,采取预售抽签的方式,随机分配演出票购买权。如此,既能减轻普通观众抢票花费的时间精力,也能防止一些“黄牛”通过技

面对消费者的购票和退改需求,票务平台也纷纷推出应对措施。2023年11月,大麦网推出了候补购票,当演出售罄且满足平台候补条件开启候补时,用户可选择预付全款,待该项目有新增库存时,系统将优先为候补订单进行匹配抢票。同月,摩天轮票务响应退改需求,推出改签试点,通过入驻的海量票务公司,帮助临时计划有变的用户实现改签诉求。

专家表示,虽然两个平台都看到了消费者的诉求并积极迈出了第一步,但未来还需要有更多更人性化的方式来平衡票务销售管理和消费者权益,最大化保证市场活力。

《中国消费者报》副总编辑杜长红认为,演出经济不仅对演出市场本身有利,也为其他行业创造了更多就业机会和经济效益。要促进演出市场繁荣有序发展,一方面需要主办方、票务平台等多方利益相关者共同努力,为消费者呈现更加优质、丰富的演出内容及便捷的购票体验;另一方面,亟需完善消费者权益保障机制。如针对消费者关心的退票问题设定梯次退票收费标准,并在不同时间节点对退票权利进行限制,更好地保障消费者合法权益。

易观分析师认为,此次调研可以发现,消费者对演出行业的诉求绝不仅仅是买到票,更需要看到好的演出,更自由地支配自己的演出票。梯次退票已经逐步实现,但仍然不能完全解决消费者面临的问题。推出合理的、有限制的转赠票措施或许是一个探索的方向。但这样的诉求仅有票务平台发力还远远不够,希望行业各环节主体都能共同关注、一起参与,推进消费者权益得到全面落实,切实提升消费者的观演满意度。

3月22日,第二十四届青岛梅花节开幕。作为中国梅花之乡,青岛梅园吸引了八方游客前来赏花。游玩、拍照、通过视频平台开展直播……青岛梅园里好不热闹!赏梅谷、揽梅亭、百梅坡、醉香壁……一个个景点前挤满了游客。

“在开幕首日就有3000多名游客入园‘打卡’,随着气温回暖,园区200多个品种的梅花将陆续开放,相信将有更多游客前来参观旅游。”青岛李沧区文化和旅游局副局长唐明光说。

青岛梅花节既是一场徜徉梅海的花事盛会,更是一场激活旅游消费的特色活动。

与往年不同,今年的青岛梅花节系列活动已远远“超纲”梅园本身。以“花漾李沧 梅好相约”为主题,李沧区将在青岛梅花节期间陆续开展14项文旅商体系列活动。其中“梅好喜事”主题市集吸引了游客们的目光。

“刚刚在市集上购买了一个鸟虫篆文创产品,造型十分别致。”市民吴萌春说。

类似鸟虫篆文创产品这样的非遗手造产品,“梅好喜事”主题市集上共有8个品类。青食钙奶饼干、老沧口糕点、冷凝香、熏画……一个个李沧特色非遗产品吸引众多游客前来购买。

除此之外,其他梅花节特色商品、文创产品也受到了游客们的青睐。“我们为游客准备了梅花酥、梅花冰淇淋等梅花特色商品,其中梅花冰淇淋深受游客喜爱。”参与“梅好喜事”主题市集的商家李大顺介绍。

走出青岛梅园,“茗香胜梅”春茶展销节、“约惠春天”商圈购物节、“巧手遇梅”非遗手造体验活动等一系列以梅花为主题的消费场景令人眼前一亮。这其中,梅花宴是一个社会关注度很高的梅花节文旅IP。

前不久,“赏梅寻味”李沧特色美食节——梅花宴线上投票火热开展,经过投票确定李沧区11家品牌酒店的梅花宴产品进入线下决赛。这11家品牌酒店之间的梅花宴“角逐”异常激烈,精彩纷呈。

“我们都知道梅花在李沧人心目中的文化价值,能否做出一桌好的梅花宴是展现我们酒店水准的重要参考。”青岛广业锦江大酒店行政主厨于波说,“梅花宴广泛应用于商务宴请、婚庆宴会等消费场景,是李沧人接待外地亲朋、展现本地美食特色的新潮探索,相关菜品深受消费者喜爱。”

“通过梅花节这一旅游IP,李沧区将做大做强本地餐饮文化特色,推动餐饮消费再上新台阶。”李沧区工商联主席韩锡涛表示。

梅花节期间,“赏梅寻味”特色美食节将推出一系列梅花宴主题菜、李沧特色菜、李沧特色小吃等,并上线“李沧特色美食地图”。借助梅花旅游品牌,掀起一波梅花美食消费热潮。

“李沧区将以举办青岛梅花节为契机,串联特色文旅商体资源,最大化满足不同群体的个性化多元需求,激活旅游消费市场活力。”李沧区文化和旅游局局长李修枫表示。



俯瞰青岛梅园。

丁之摄(中经视觉)

□ 包颖

## 市场瞭望

# 着力培育和释放健康消费潜力

当前,我国人民群众健康理念和健康消费能力不断增强,健康消费呈现从“治已病”到“治未病”、从“单品类”到“融合化”的新趋势新特征。健康消费的产品形态正在不断拓宽、服务范围不断扩大,个性化、高端化的健康消费选择。特别是关口前移的健康食品、休闲健身、康养旅游等非医疗健康消费,能够通过消费习惯的养成实现高频次、重复性消费,蕴藏巨大的消费增量。

培育扩大健康消费,本质上是在推进健康中国建设进程中,更好满足人民群众多样化多层次健康需求,增进人民健康福祉。要坚持供给和需求双向发力,以优质供给有效满足居民需求,让人民群众“有得买、买得值、主动买、放心买”。

围绕“有得买”,以优质化供给满足多元化需求。进一步增

强供给对需求变化的适应性,要加大临床急需新药、罕见病、儿童用药等药物和医疗器械研发力度,创新支持保健食品、医疗美容、健康管理等非医疗健康产品和服务供给,提供专业化、个性化、高端化的健康消费选择。支持医药、康养、文旅、数字等业态融合发展,推进建设一批智慧康养区、数字体育公园、医美文旅一条街等,打造具有国际竞争力的健康消费集聚高地。结合社区居民年龄、性别、职业等人群画像,精准匹配健康养老、休闲健身、健康管理、心理咨询等多元业态,打造一站式的社区嵌入式健康服务。

围绕“买得值”,迭代创新健康消费新业态新模式。5G、云计算、AI、物联网等数字技术正在不断拓展健康消费的边界,并推动健康服务不断向预防前移,向基

层下移,健康方案设计、疾病早筛等个性化健康服务产品不断涌现,互联网医疗、医药新零售等不断拓宽健康服务触达消费者的渠道。要推动数字化、智能化技术深度链接健康服务各环节、各终端、各场景,支持研发一批穿戴式、便携式、非接触式采集健康信息的智能化健康管理、运动健身等电子产品,拓展远程健康管理、远程门诊、移动医疗等服务新业态。支持医药电商平台与大型医药物流企业、连锁药店等深化战略合作,探索“互联网+医药流通”新模式。

围绕“主动买”,强化健康理念普及宣传。《健康中国2030》规划纲要提出,到2030年,全国居民健康素养水平不低于30%。要强化全周期、全过程、全方位的健康教育引导,积极倡导以健康为中心的理念和生活方式,引导

高质量健康需求,培育文明健康可持续的消费习惯。用好“全民健身日”等重要节点,发挥社区、街道、基层医疗卫生机构等力量,在健身驿站、运动健康之家等场地常态化组织知识讲座、义诊、基础体检、健身指导等活动,推动健康宣传走进千家万户。

围绕“放心买”,营造安全放心的消费环境。积极顺应健康消费新产品、新业态、新模式,加快建立部门协同、区域协同、包容审慎的有效监管制度,重点强化对数字健康、智慧健康、健康养老、文旅康养、健身休闲、美丽健康等跨界融合监管,切实提升监管效能。持续优化消费者维权环境,拓宽“12315”消费者投诉举报专线、手机APP、小程序等维权工具,支持医疗损害鉴定机构、律师事务所等专业服务发展,让消费者没有后顾之忧消费。

去年以来,演出市场成为拉动消费的新引擎,“开票即售罄”频频上演,“跟着演出去旅游”成为越来越多人的选择。《中国消费者报》联合易观咨询发布《2023中国演出行业消费者洞察报告》显示,消费者对2023年演出体验的综合满意度为7.95分(10分制),整体满意度较高。跨城观演刺激文旅消费已成为新趋势,但演出市场仍有较大提升空间。其中,热门演出买票难、演出质量问题、演出退票难且没有合理转让制度三大问题是下一步提升消费体验的关键。

### 跨城观演刺激文旅消费

来自大连市轻工业学校的学生王倩是舞剧《永不消逝的电波》的忠实粉丝,从2019年首演至今,她已经先后看了6遍,从上海到北京,从武汉到内蒙古。“不仅演员舞技炸裂,舞台的灯光、布景、装置都堪称精品,更重要的是舞剧的精神内核一直鼓舞着我,让我看到了爱与信仰的力量。”王倩说。

2023年,全国演出项目大幅增加,不仅高水平演出项目的供给提升,票务机构和主办方的服务水平也不断提升,消费者对观演整体满意度较高。“一个明显的感受是,现在的演出产品越来越丰富了,打开各大票务平台,各种开票信息、演出排期让人目不暇接。如果周末想看演出,可以选择家附近的小剧场或演绎新空间。这些地方还定期举办一些大型音乐会、演唱会,线上

购票非常便捷。”王倩说。调研显示,演唱会、话剧、Livehouse是消费者满意度更高的三大演出类型,观演人数和规模快速增长。以文促旅成为消费新现象,跨城观演的消费者占比45%,进而带动了演出举办地的相关文旅消费。其中,消费者满意度最高的十大演出城市分别是:广州、成都、上海、北京、天津、深圳、武汉、西安、长沙、杭州。

广州作为消费者心中的观演最佳城市,主要依靠演出资源的丰富和演出营商环境的改善。作为华南地区的中心城市,广州文化产业发达、大湾区辐射能力强,有着一流且丰富的演艺场馆,交通便捷、观演配套设施成熟,为消费者的跨城观演提供了更多元、更便捷的选择。同时,在政府专项演出补助、简化审批等专门支持下,主办方也有更多灵活举措提升消费者观演体验,如在“五月天诺亚方舟演唱会”中,有消费者因使用朋友赠票而导致人票信息不一致,经核实后,消费者可以在签署承诺书后走专门的错票通道入场。根据公开统计数据,2023年前三季度广州举办5000人以上营业性演出105场,吸引观演人次超过2300万,票房收入近50亿元。

音乐演出成为文旅流量密码,很多地方也将引入优质演出项目列入今年工作计划。“文化演艺服务繁荣创新工程”将是安徽省2024年的工作重点;演出经纪服务、演出场所经营以及旅游演艺目前已纳入海南自贸港发展新增长鼓励类产业



演员在杭州宋城景区表演《钱塘梦华录》。

新华社记者 黄宗洽摄