

演艺场景扩容 消费需求井喷

本报记者 林语晋

2025年的全国演出市场,实现837.22亿元的总收入和5.19%的同比增长。数字背后,是消费空间正在发生的真实变化:一头是万人体育场里的浪人海,巨型演出化身城市流量引擎,制造高浓度的短时消费;一头是街巷商圈里的小剧场与新空间,如毛细血管般嵌入城市的日常肌理,承接高频、细水长流的文化消费。舞台的边界,正在被重新划分。

延伸演出消费半径

周五傍晚的北京南站,人流如织。来自黑龙江的张薇拖着行李快步走出闸机——她和朋友分别从两座城市出发,相约在北京汇合,目标只有一个:鸟巢的五月天演唱会。

2025年,全国共举办大型演唱会2496场,票房收入295.58亿元,同比增长13.7%;而观演人次增幅达30.8%,远超票房增速。灯塔专业版运营总经理王舒分析,过去一年演唱会票价总体保持稳定,万人级体育馆、体育场演出成为主流,腰部项目数量与规模同步扩容,让更多观众走进现场。数据印证了市场扩容的节奏:2025年超57%的大型演唱会单场观演人数突破1万人,该比例较上年提升近15个百分点。

像张薇这样“为一场演出赴一座城”的跨城观众,已是大型演唱会的主力军。2025年,大型演唱会跨城观演比例达64.6%。跨城人流串联起交通、住宿、餐饮、游览的完整链条,形成“演出+在地体验”的沉浸式消费闭环。张薇的行程表里,除了演唱会,还安排了品尝鼓楼胡同的同款美食、打卡水立方与THE BOX的快闪展,以及看朝阳公园的日落。“鸟巢的现场感无可替代,北京的文旅资源又丰富,配套打卡点多,一趟下来很充实。”她说。

行业测算显示,大型演出的消费带动系数达到1:6.85——1元门票收入可带动6.85元的关联消费。中国演出行业协会副会长兼秘书长潘燕表示,一场3小时的演出能够带动72小时的城市消费,“票根经济”已成为行业普遍趋势。

跨城观演需求井喷,交通一度是其短板。“我们的破题之道就是用高铁的路网广、运力大、时刻准、服务稳的确定性,匹配演出市场流量集中、需求突破、跨城为主的爆发性。”中国国家铁路集团有限公司客运中心市场营销部经理蒋力说。

2025年,各地铁路部门与演出行业联动,开行了100多趟“歌迷专列”,专列设置专属检票通道、应援氛围车厢、主题广播等配套服务,让“演出+交通”从单一出行场景拓展为兼具情绪体验与消费属性的新场景。成都铁路局在周深演唱会期间加开3趟夜间专列,23时发车分赴鄂尔多斯、乌兰察布、巴彦淖尔,地铁同步延长运营时间,实现“地铁+高铁”无缝衔接。“交通不该是演出的短板,而应该是体验的延伸。”蒋力说。



上图 江西赣州章贡区,演艺人员进行巡游表演。
胡江涛摄(中经视觉)

下图 在浙江杭州西湖区举办“阳台音乐会”。
孙金标摄(中经视觉)

小空间做出大生意

周末傍晚,北京THE BOX商场B馆三层,一间“理发店”门头夸张,巨型吹风机立在门前。“需要洗头或美甲吗?”店员笑盈盈地迎来送往。走进其中,才发现别有洞天——三面观众区包围着理发店风格的舞台,观众落座即“入戏”。店长蒋东昕表示,相较传统剧场,希望能吸引更多年轻人,并与商业空间相结合。

这类“小而美”的演艺新空间正在全国加速生长。2025年,全国剧场类演出票房101.8亿元,观众超5830万人次。表面看整体增速放缓,但结构变化却很亮眼:小剧场和新空间贡献了75.1%的演出场次,票房占比已接近市场半数。脱口秀、沉浸式戏剧、音乐剧驻演,正成为剧场行业“止跌企稳”的关键力量。

在长沙,71家演艺新空间2025年累计演出1.7万余场,吸引观演人次超450万,票房突破3.66亿元;在重庆,原气喜剧脱口秀从酒馆角落起步,2025年收入突破5000万元。灯塔专业版数据显示,脱口秀年度观看人次同比增长65.3%,演出场次增长42.0%,票房占比达到20.3%,一举超越音乐剧、曲艺杂剧,成为剧场第二大票房来源。笑果文化联合创始人贺晓曦透露,脱口秀专场《寻找王医生》演出超150场,票房过亿元。“进剧场看脱口秀,已经成为城市主流消费人群的选择。”他说。

小空间的拉新能力尤其值得关注。保利文化集团股份有限公司副总经理姚睿分析,脱口秀新用户中20岁至24岁的占19.8%,25岁至29岁的超过30%。“脱口秀的拉新作用特别突出,它让很多从不进剧场的人第一次买了票。”

这些“毛细血管”不仅生长在一线城市。安庆青春版黄梅戏《玉天仙》落地茶楼式剧场,百余名观众围坐茶桌,品尝茶点间沉浸式赏戏,其中六成以上是节假日专程来

此的外地游客。演艺空间不再是“高墙之内”的艺术殿堂,而是嵌入街巷、商圈、茶楼的日常消费场景。“观众不是不想走进剧场,而是需要被更温暖、更有趣的方式唤醒。”宁波大剧院副总经理李婷说。

打破舞台边界

夜幕低垂,深圳蛇口海岸线上,“明华轮”灯火璀璨。观众沿着舷梯步入船舱,昏黄灯光下,斑驳街景错落铺开——这里不是片场,是剧场。没有固定舞台与座椅,观众在船舱中自由穿行,与演员交谈、共舞。

去年10月,我国首部沉浸式肢体剧《交易人生》在明华轮首演并长期驻演。7层空间被改造成多个独立场景,故事在走廊、房间、楼梯间交错推进,观众可自由选择故事线。“能近距离感受到演员的肢体、呼吸甚至眼神。”观众陈旭说,“即便语言不通,那种在职场与爱情中挣扎的欲望与无力,我们完全能接收到。”定制化内容让演出不再是“放进空间的产品”,而是“从空间里长出的体验”。

近年来,演出市场涌现出一批这样的“新物种”——沉浸式戏剧、科技融合演出、线上线下一体化体验,正在重新回答“什么是演出”这个问题。

6月中旬的广州南沙,大雨倾盆,却浇不灭乐迷的热情。1.4万名乐迷冒雨涌入大湾区文化体育中心,10余组艺人轮番登

场。无法到场的观众则齐聚抖音直播间,全网累计观看量约1400万人次。一场关于青春、告别与启程的夏日乐章,在线下与云端同时奏响。2025年,抖音共举办36场“汽水音乐节”,线下吸引观众50万人次,线上累计超4亿直播观看人次,全网超100万条发帖,800余个热点话题。

抖音音乐内容创新负责人师晶表示:“用户需求持续升级,大家不再满足于听一首歌,更看重沉浸式体验、线下参与感和情感共鸣。”线上种草、线下体验、社交传播反哺的完整闭环,让音乐节不再只是一场演出,而是可传播、可裂变的文化IP。

更远的边界正在被技术打破。国家大剧院推出的“超现场”项目,通过超高清直播和5G传输,截至2025年,已将舞台上的演出同步送到全国200余家剧场和影院。

“超现场不是简单的直播,而是面向全国剧场标准化、可落地、可持续的演艺新业态。”国家大剧院节目制作部副部长侍莹莹说。截至目前,“超现场”已汇集观众近10万人次,7月还将推出原创民族歌剧《映山红》等新作。

当观众不再满足于“坐着看”,演出消费的边界正在被重新定义。中国演出行业协会会长刘克智表示,演出市场已进入从内容供给到场景体验、从单一票房到生态经济的新阶段,内容为王、文旅共生、体验至上、数字赋能的新格局正在形成。

“天下没有免费的午餐”——这句人们常说的俗语,道出了一个朴素而深刻的道理:看似无需付出的“便宜”,往往隐藏着更高的代价。然而在现实生活中,因贪图小便宜、轻信免费服务而上当受骗的案例屡见不鲜。面对层出不穷的营销套路,提升风险辨别能力、增强防范意识,已成为每一个消费者的必修课。

近年来,一些以“免费”为名吸引老年人的所谓健康保健机构在不少地方频频出现。它们打着提供免费按摩、免费茶水、免费健康讲座的旗号,甚至频频赠送鸡蛋、洗衣液、日用品等小礼物,吸引大量老年群众“光顾”。在一次次“温情服务”和“亲情关怀”的洗脑式营销下,许多老年人逐渐放松警惕,最终以远高于市场价的价格购买所谓的特效保健品或理疗仪器,有的甚至因此倾尽积蓄而追悔莫及。这些机构当然并非真正关心老年人健康,而是利用老年人对健康焦虑、对温情渴望的心理,精心设计了一条“免费引流—情感绑架—高价收割”的完整链条。

除了老年群体,儿童也成为不少商家“惦记”的对象。以儿童摄影机构为例,一些商家打出“免费拍摄出生照”“免费赠送满月照”的诱人广告,利用新手父母对宝宝的爱与珍视,精心布置场景、提供多套服装造型,等家长选片时才才发现,所谓的“免费”仅限最基础的一两张照片,其余每张动辄上百元。面对宝宝可爱的照片,许多家长不得不“心甘情愿”地掏腰包。这种打着“免费”旗号、实则层层加价的商业套路,让人防不胜防,也让本该纯粹的纪念充满算计。

“套路”消费不仅侵害了消费者的合法权益,更严重损害了社会信用体系,透支了人与人之间最基本的信任。市场经济的基石是诚信经营、公平交易。任何以“免费”“低价”为诱饵,实则高价收割消费者的行为,都是对市场秩序的破坏,必须依法予以规范。

对此,首先要严格规范市场秩序。相关监管部门应加强对“免费引流—高价销售”等营销模式的排查与整治,对涉嫌虚假宣传、价格欺诈、非法营销的行为依法从严查处,形成有效震慑。同时,要畅通消费者投诉举报渠道,降低维权成本,提高违法成本。

广大消费者也要不断增强防诈骗意识,树立“天上不会掉馅饼”的理性消费观。面对“免费”诱惑时多一分警惕,面对“限时优惠”时多一分冷静。特别是家中有老年人的,子女应多给予关心和提醒,帮助老人提高识别能力。一旦遭遇商业欺诈,要保留好合同、付款凭证、聊天记录等证据,及时向市场监管部门或消费者协会投诉举报,依法维护自身权益。

各类经营主体更应端正经营理念,摒弃“低价引流—套路收割”的短视思维。真正的商业成功,靠的是过硬的品质、真诚的服务和良好的口碑,而非投机取巧的“套路”。只有对消费者真诚以待,企业才能在激烈的市场竞争中行稳致远。

警惕“免费”背后的陷阱,既需要监管发力、法律护航,也需要消费者擦亮双眼、理性选择。唯有各方共同努力,才能营造一个清明、诚信、安全的消费环境,让消费者的每一分钱都花得明白、花得安心。

本版编辑 沈慧美 编 王子莹

真刀实枪砺人才 真金白银兴产业 真招实策促转化

——江西财经大学科技商学院以“三位一体”框架赋能高质量发展

当前,我国科技自立自强战略深入推进,大量实验室创新成果卡在关键瓶颈阶段,技术落地、资本对接、产业运营存在重重壁垒,科技成果转化长期面临高风险、高难度的发展困境。

在新时代背景下,江西财经大学科技商学院立足国家创新驱动发展战略,紧扣区域产业升级现实需求,以“为科技自立自强贡献学术智慧”为核心使命,坚守“科技为体、商学为用、实战为要、价值为本”发展理念,精心搭建“真刀实枪、真金白银、真招实策”三位一体发展框架。学校依托深厚的财经学科积淀,以实战育人、产业投资、社会合作为三大支柱,遵循“一点突破、四线开花、三体共生”业务逻辑,搭建起人才培养、产业服务、培训赋能相互支撑、自我造血、可持续运转的完整科创生态,致力于打造国内特色鲜明、模式创新的一流财经类科技商学院,为科技成果转化提供系统化、可复制的实践方案。

真刀实枪:深耕实战育人,锻造“五懂”英才

人才供给是科技成果转化长效发展的根本支撑。学院摒弃传统商科理论化教学模式,坚持实战化育人导向,以真实科创转化项目为教学载体,实现理论学习与产业实操

深度融合。组建由技术、金融、管理、会计、法律等多学科构成的“突击队”,全程参与从实验室成果到概念验证(可行性分析)、小试/中试(工艺放大)、商业化风险融资(种子轮/天使轮)、后续融资乃至IPO全流程节点,在一线实操中系统培育“懂科技、懂产业、懂资本、懂市场、懂管理”的“五懂”复合型人才。

同时,学院主动对接技术经理人专业委员会,落地江西区域合作布局,依托“技术经理人研修班”等项目,探索与其共建课程、共享师资、共推认证的“学历+职业资格”双证融通培养模式,致力打造江西省具有权威性的技术经理人培养与评价高地。依托实战项目沉淀标准化全流程转化案例,以此为蓝本指导学生参与“挑战杯”全国大学生课外学术科技作品竞赛、中国国际大学生创新大赛等高水平科创赛事,以赛事打磨项目、检验育人成效,持续输出适配硬科技产业需求的专业技术经理人、科创运营人才。

真金白银:创新资本运营,构建“造血”生态

如果说人才培养是“根”,那么产业投资与成果转化收益就是滋养根系的“活水”。学院以市场化投融资服务为抓手,联合校友基金,设立种子基金,前置介入风险资本尚未

覆盖的成果转化关键瓶颈阶段,深度参与早期科创项目市场博弈。

面向科创企业、园区项目提供技术价值评估、产业中试熟化、投融资对接、财务顾问等市场化专业服务,依托基金投资、产业咨询、成果转化等服务产生稳定经营性收益。所有产业经营所得形成闭环反哺机制:一部分充实种子基金,持续扶持师生优质科创项目;一部分投入人才培养体系,完善实训平台、产业师资、实战项目配套保障,形成社会服务、产业投资反哺人才培养的造血模式,打破高校科创服务依赖财政扶持的传统局限,以市场化资本力量激发成果转化活力。

真招实策:沉淀实操方法,全域赋能科创

作为扎根红土地的财经学府,学院深知,服务区域经济发展是义不容辞的责任。学院坚持问题导向,将全流程实战沉淀的解决方案、风险应对方法、商业化路径提炼为标准化、可复制的实操方法论,面向全社会输出成熟科创服务体系。

针对技术经理人、科创企业家、园区管理者、金融从业者开设定制化高端研修班项目,打造技术经理人研修班、科技企业创业营、新商界企业家研修班等十大类非学历

培训课程。依托成熟实操经验,为地方政府、高新区提供科创政策智库咨询、产业转化路径规划,为企业提供项目落地、股权架构设计、路演融资一站式方案,把“跑通一单”的实战经验转化为批量赋能行业的通用举措,以标准化实操方案加速区域创新成果落地,成为助推产业升级、培育新质生产力的专业催化剂。

机制固本:深化体制改革,筑牢发展根基

“三位一体”框架长效运转,离不开完善的配套支撑体系与体制机制创新,学院从师资、激励、考核、运营四大维度破除办学壁垒,打造市场化、实战化办学保障体系。

打造实战型产业师资库。入库师资需具有科技成果转化、硬科技投资、产业运营、财务合规、法律风控等领域5年以上实战经验,拥有成熟落地项目案例。学院广泛吸纳校友企业家、一线投资人、上市公司高管、资深技术经理人,构建理论功底扎实、产业经验丰富的复合型师资队伍。

推行双轨制人才激励机制。采用“高校事业编兜底+市场化运作激励”模式,核心教学与业务团队保留事业编制,保障基础待遇。针对项目攻坚、课程研发、社会服务业务设置市场化绩效、项目收益分成、中长期

股权激励,打破传统高校薪酬束缚,充分调动团队干事创业积极性。

建立团队导向考核机制。摒弃传统个人考核模式,采用“团队整体考核+中长期激励”,以项目跑通、业务落地、营收目标为主要考核指标,给予达标团队职称晋升倾斜、成果奖励、导师资格认定、招生名额倾斜等整体福利,强化团队协同。

搭建市场化的运营与推广体系。成立学院市场运营部,负责与社会各界对接,打造并持续优化《江西财经大学科技商学院社会合作与服务项目》清单,高效承接政府、产业园区、金融机构、科技企业各类培训、咨询、投融资需求,打通对外合作渠道,持续拓宽产业资源圈层。

风好正是扬帆时,策马扬鞭再奋蹄。江西财经大学科技商学院将持续深耕“真刀实枪、真金白银、真招实策”三位一体发展框架,通过不断迭代实战育人模式、优化科创投资闭环、升级行业赋能体系等多措并举,打通科技成果转化堵点难点,稳步建成国内一流、特色鲜明的财经类科技商学院,打造立足江西、辐射全国的科技成果转化人才培养高地,为我国高水平科技自立自强持续贡献力量。

(诺飞龙 胡军)

·广告