

# 剧场档期最长已排至今年8月 四川演艺市场“井喷”带动文旅消费升级

刚刚过去的元旦假期，全国演艺市场实现“开门红”。跨年演唱会、音乐会、话剧、歌剧等“扎堆”举行，让市民游客尽享文化大餐。

回顾2023年，四川演艺市场从年头火到年尾，呈现“井喷式”复苏态势。1月5日，记者从四川省文化和旅游厅获悉，2023年，全省举办营业性演出27156场，是2019年同期的10倍；观众超250万人次，是2019年同期的5倍；票房收入超17亿元，演出场次、观众和票房稳居全国前列。

演艺市场的火爆，同时为餐饮、购物、酒店、民宿等带来巨大人流，让“吃住行游购娱”全面开花。

## 一票难求

### 剧场档期最长预排至8月

2023年12月29日至31日，歌手张杰在成都东安湖体育场连演3场，将元旦假期的节日氛围感“拉满”。在12月31日跨年夜当晚，张杰进行了长达5个小时的演唱，并通过短视频平台直播，吸引16800万人次观看。

回顾2023年，成都文化消费呈现井喷式增长，抢演出门票、晒舞台视频成为市民“日常”。张学友演唱会票房总收入约2.2亿元，《只此青绿》连演8场，拉动消费900余万元，电影票房超15亿元名列全国前茅……

“抢到李健成都演唱会门票的时候，我激动惨了！在成都的两天，我还去看了大熊猫‘花花’，吃了两顿火锅，还打卡了成都博物馆。”青岛的叶女士说，她已经深切感受到了成都演艺市场的火热，“2024年，我还要来成都看林俊杰演唱会。”

据成都市文广旅局发布的数据，2023年成都营业性音乐演出4500场，票房达12亿元，观众人数达400万人次。从全省来看，全年举办营业性演出27156场，票房收入超17亿元，演出场次、观众和票房稳居全国前列。各大剧场档期最长已预排至2024年8月。



▲ 2023年国庆假期，《只此青绿》在成都连演8场。

图据成都市音乐厅

▲ 张杰成都演唱会。

图据演唱会主办方

## 溢出效应

### 文旅消费市场“火力全开”

演唱会不仅能够带来可观的门票收入，背后还承载着数万人的衣食住行。

“通过数据分析，大型演出观众跨城购票观演的比例超过购票总人数的50%，对酒店住宿、餐饮购物、景区门票等关联产业的拉动作用明显。”四川省文化和旅游厅有关负责人说，大型演出市场成为拉动文旅消费的“新引擎”。

以成都东安湖体育公园为例，成都大运会后，这里逐渐成为大型演唱会的“首选地”，陈奕迅、张信哲、张韶涵、薛之谦等歌手纷至沓来，不仅带火成都演艺市场，也带动周边“吃住行游购娱”全面开花。

“演唱会期间，我们酒店营业额和客流量都有所增长，其中外地客占比达到七成以上。”木棉花酒店相关负责人说。

去年7月23日，第六届红原大草原雅克音乐季举行。“异地游客来观看音乐季，会产生交通、食宿、门票费用，直接促进本地老百姓增收。”红原县文化体育和旅游局有关负责人说，红原旅游产业正由单一型观光旅游向复合型生态文化旅游发展，旅游经济呈现持续增长态势。

## 严控品质

### 让观众有更好的体验感

在演艺市场火爆的氛围中，为了让观众有更好的体验感，四川也下足了功夫。

“2023年，成都金融城演艺中心共举

办了25场演出活动，累计接待观众人数超过15万人次。”成都金融城演艺中心宣传负责人唐沁介绍，为了给观众更好的体验，中心配备150名引导员，全力保障活动期间观众能快速入场找到自己的位置。此外，医疗团队、救护车全活动时段在岗，处理应急医疗救助问题。

去年11月4日，凤凰山体育公园迎来首次双馆同天开启，一天内两场万人以上活动轮番上演。下午，专业足球场，近4万名球迷为成都蓉城队呐喊“雄起”；晚上，综合体育馆内，超过1.3万名歌迷跟着“歌神”张学友的旋律合唱。

“这是公园全年活动客流强度最高的时期。”凤凰山体育公园相关负责人说。

“为了保障演出品质，我们严控演出内容审核。”四川省文化和旅游厅有关负责人介绍，针对大型营业性演出传播力强、辐射面广的特点，对大型营业性演出内容实行“双审核、双签字”，必要时引入专家论证。同时，加强执法监管，大力整顿票务市场，落实“85%以上的门票通过平台向市场开放销售”的硬性规定。

## 专家观点

### “跟着演出来四川”成新趋势

针对四川演艺市场的火热，四川省社会科学院区域经济研究所副研究员王芳认为，现阶段人民群众精神文明需求旺盛，文旅消费成为拉动经济新增长点。

“成都已成为我国演艺消费第三城，说明其在营商环境、公共服务等方面具有较强支撑力，‘三城三都’魅力逐步显现。”王芳说，她注意到，除成都外，演艺市场向二三线城市下沉也是四川演艺市场的一大亮点。由演艺市场带动酒店、旅游等相关产业的发展已逐步成为拉动我省消费经济的新增长点，“跟着演出来四川”逐步成为旅游新趋势。

她建议，未来可以继续大力促进以演艺经济为代表的文旅产业发展。在进一步优化营商环境的基础上，重点加强规范管理，遏制囤票炒票等乱象，同时加强大型演出活动的综合风险评估和安保措施。

华西都市报-封面新闻记者 杨金祝

## 四川文旅为“尔滨”找回礼，不少本地网友表示：“活了几十年，不知道四川产鱼子酱”

1月8日，四川文旅一则“四川大熊猫勇闯哈尔滨，家人们，咱回点啥礼呢？”的视频，让各地的网友“忙”成一片，纷纷在评论区推销起自己家乡的特产，而雅安天全的鱼子酱则成了最显眼的“显眼包”。不少本地网友表示，“活了几十年，不知道四川产鱼子酱”，而雅安网友也表示脑瓜嗡嗡，“我不知道啊，还是第一次听说雅安有这玩意儿。”

## 回啥礼？

### 四川特产“震惊”四川人

近期哈尔滨冬季旅游爆火，不少来自远方的朋友受到当地人的热情接待。

为感谢东北“老铁”的暖心守护，广西为黑龙江送出近200吨砂糖橘、沃柑，而黑龙江则准备了10万盒蔓越莓发往广西免费发放给市民。由此，一场“南北回礼”拉开帷幕。基于此，不少人要求各地开展农业大摸底，探究各自还有多少宝贝藏着掖着。

1月7日，10个四川小朋友身着熊猫衣服，背着熊猫书包到达哈尔滨，被称为四川“小熊猫”。1月8日，四川文旅发布一则“回



雅安天全的鲟鱼养殖基地。天全县融媒体中心供图

啥礼”的视频，一时间，评论区里的网友积极出谋划策，而中一些四川特产让本地网友也彻底“破防”——四川网友最不理解的是四川居然产鱼子酱，还提问四川文旅：“再说一遍，是豆瓣酱还是鱼子酱？川川，你到底还有什么东西瞒着大家？”

也有不少网友问雅安网友“鱼子酱

什么味道”，而雅安网友也是一头雾水。

## 原来如此

### 全球12%鱼子酱来自雅安

实际上，四川的鱼子酱产自雅安天全县的小镇思经。2023年4月22日，省委副书记、省长黄强在解读“天府之国”

高质量发展之路时谈到，全球12%的鱼子酱产自四川。雅安天全县利用纯净的高山冰雪融水养殖鲟鱼，2022年生产了50吨鱼子酱，远销俄罗斯等欧美国家。

在接受记者采访时，天全润兆鲟鱼有限公司生产技术总监李强曾谈到，目前国外仍是鱼子酱的主要消费市场，而天全产的鱼子酱主要出口对象是西欧和北美等地区。除了外销，国内一线和新一线城市还有一定的消费市场，因此他们也在积极拓展国内市场，让更多消费者了解、尝试。

如今全球市场上，中国产的鱼子酱比例超过50%。李强说，相较于最开始鱼子酱六七百元一公斤的时代，如今鱼子酱价格已连续下探，更多的人能了解并消费这一食品。

而和四川其他地方不知鱼子酱为四川特产不同，在思经，当地人已将鱼子酱纳入食谱。当地村民陈燕在接受采访时表示，鱼子酱已经不是新鲜东西了，食用鱼子酱的人很多，但主要消费人群还是年轻人。

华西都市报-封面新闻记者 肖洋