

文娱旅游助力城市“出圈” 暑期成都消费市场持续“热辣滚烫”

成都发展
Chengdu Development

华灯初上，音乐悠扬。8月16日晚，在成都春熙路广场上，一场由中外知名音乐学府与著名乐团的艺术家们带来的“百年春熙 百年风情”音乐会，点燃了在场市民与游客的热情，现场氛围热闹欢腾。

这个暑期，成都消费市场火热，演唱会、音乐节等演出经济持续引爆成都消费活力。成都也成为暑期国内出游仅次于北京、上海的第三大热门目的地。

消费，是近年来成都最显著的标签之一，作为“消费万亿俱乐部”的新晋成员，这个暑期成都持续发力，消费市场活力澎湃，流量转换成了消费增量，点燃了经济发展新引擎。

华西都市报-封面新闻
记者 罗田怡

**观演+旅游成为潮流
上半年成都演艺
票房收入超6亿元**

时隔十多年，刘德华再次来到成都举行演唱会。8月9日至12日，“刘德华巡回演唱会2024”在成都开唱。每次开票均被秒光，一票难求。

一组数据足以证明演唱会的火热：演唱会4天，现场观众累计超过5.2万人次，拉动综合消费5.4亿元。其中超3万名观众来自外地，跨城观众占65%。

不仅有刘德华，今年暑期，萧敬腾、汪峰、莫文蔚等一众歌星在成都开唱，成都演艺市场持续火爆。线下演出不仅为文娱市场带来显著经济效益，还深深影响举办地的文化生态和旅游市场。

为一场演出奔赴一座城，跨城观演正成为一种潮流，“演艺+旅游”是许多消费者暑期出游的新选择。

2023年以来，成都以演艺活动为媒，拉动文旅消费活力。据成都市文广旅局数据，2023年，成都音乐产业产值突破560亿元，同比增长12%，相关注册音乐企业超3500家，开展各类营业性音乐演出4500余场，音乐演出票房收入超12亿元。

2024年上半年，成都市举办各类营业性音乐演出2400余场，吸引观众超258万人次，演出票房收入约6.09亿元。成功举办林俊杰、杨千嬅、李宗盛以及仙人掌音乐节等各类大型演唱会、音乐节68场，观演人次达118万，票房收入达3.88亿元，带动周边消费约25.2亿元。

不仅有演唱会，各类交响音乐会、话剧、舞台剧、音乐节、脱口秀也轮番上演，售票情况火热。数据显示，2024年上半年全市共举办国际化音乐演出90余场，柏林爱乐乐团、西德广播交响乐团等知名乐团，英文原版音乐剧《剧院魅影》《芝加哥》等知名剧目陆续来蓉展演，吸引了全国各地游客来到成都观演，“演出经济”正成为拉动文旅消费的新引擎。

**真金白银政策支持
助力成都文旅产业
高质量发展**

“演出经济”数据亮眼的背后，离不开政策扶持和持续优化。今年以来，成都持续出台相关政策，加大补贴优惠，为演艺市场高质量发展提供助力。

今年5月，成都经开区（龙泉驿区）出台奖补政策，支持举办营业性演出，年度演出100场及以上的演出场所，每年可获得最高50万元奖励；在该区举办大型演艺节会，同一活动票房收入不低于300万元且活动规模累计达到1万人及以上的，同一活动最高可获得30万元奖励，同一企业每年累计最高可获得400万元奖励。

龙泉驿区文广旅局相关负



“百年春熙 百年风情”音乐会现场。图据锦江发布



专程来成都体验高空跳伞的省外游客。图据豪芸通用航空



7月29日，“欧阳娜娜2024巡演成都站”举办单位工作人员拿到《成都市营业性演出准予许可决定书》。

图据文旅成都

责人介绍，这是龙泉驿区首次出台相关政策，预计今年将投入1500万元支持全区文体旅产业高端化、品质化发展。

此外，成都市金牛区也正在制定类似政策，将拿出真金白银，支持引培链主及构建产业生态、支持赛事演艺主办单位发展、支持票务平台发展。

7月29日，成都市根据《国务院关于同意在沈阳等6个城市开展服务业扩大开放综合试点的批复》，开出了首单涉外涉港澳台营业性演出许可决定。当天，“欧阳娜娜2024巡演成都站”举办单位工作人员在成都市政务中心拿到了《成都市营业性演出准予许可决定书》，意味着演出可以正式对外宣传和公开售票。

“从提交申请到收到《决定书》，只用了短短4天时间，对于我们演艺公司来说，成都的营商环境太友好了。”举办单位工作人员曾俊熹非常开心地表示，接下来公司会筹划更多涉外涉港

澳台的演出，与成都市民见面。

成都市文广旅局市场管理处相关负责人表示，此次新出台的政策中，涉及成都文旅服务业开放、审批权下放两种调整方式。例如，为进一步提高审批效率，解决企业实际困难，优化审批流程，在要件齐全、合法合规的情况下，市文广旅局将实施“容缺受理+告知承诺”，将涉外涉港澳台营业性演出审批工作时限压缩至8个工作日。

相关负责人表示，此次国家政策调整是一次重大机遇，通过更多来自不同地区的高水准、新场景的演出供给，不仅更加丰富人民群众精神文化生活，同时也有利于成都文旅融合发展和产业转型升级，进一步增强成都的国际影响力和城市美誉度。

接下来，成都将抓住开放机遇，用好政策红利，适时邀请港澳台同业代表实地考察，引进更多优质项目在成都落地，推动成都文旅产业高质量发展。

**热度位居全国第三
成都暑期消费热度
持续加码**

每逢假期，成都都会上榜热门旅游目的地榜单，这个暑假同样不例外。据去哪儿网数据显示，从旅客预订情况来看，今年暑期国内出游热门城市的前5位分别为北京、上海、成都、西安和重庆。成都仅次于北京、上海，继续保持暑期国内出游的第三大热门目的地。

独具特色的旅游消费场景也是外省游客选择成都的重要原因。来自河南信阳的岳茹在网上刷到四川豪芸通用航空推出的高空跳伞项目视频后，专程来到成都崇州体验游玩。

作为旅游市场的新兴热点，低空旅游项目以其独特的视角和体验到来越多游客的青睐。四川豪芸通用航空的相关负责人介绍，高空跳伞的体验人群多在16岁至36岁，其中80%以上是外省游客。

“游戏+”同样是推动文旅消费的重要因素。据携程数据显示，凭借国漫国潮、游戏、电竞、Citywalk等多元潮流优势，今年以来，国内00后游客前往成都的订单量同比增长近三成，00后在成都夜游的旅游订单量同比增长近四成。杜甫草堂、成都自然博物馆、都江堰景区、成都大熊猫繁育研究基地、青城山等景区迎来了一批又一批年轻人自驾前往打卡。

同样的流量热度还体现在航空领域。今年暑期，成都天府国际机场实际执行的国内客运航班量位列全国第二，国际及地区客运航班量位列全国第五。据四川机场集团数据，7月1日至8月4日，天府国际机场共完成旅客吞吐量576.1万人次，同比增长19.7%。

如今，暑期的消费热度还在持续。“成都好city”国际消费季正在火热进行中，活动将持续至10月底，消费季开展了三大标杆消费活动、三大潮流消费活动、五大乐享消费体验，共计200余场促消费活动，覆盖以旧换新、进口消费、美食消费、乡村体验等多个领域。