

智库

亮点
经验

聚焦“吃住行游购娱”全要素，持续放大“文旅旅+”综合效应，激发产业发展动能。

城市通过打造“软场景”，提升传统旅游资源吸引力，带动衍生消费能力持续提升。

构建演艺市场全链条运营体系，培育“演唱会+文旅”融合业态，打造“音乐+文化”主题消费场景。

在提升情绪价值、营造城市文化氛围、打造独特文旅体验、提供“宠粉”优质服务上全方位发力。

微言

持续释放“体育+商业”活力

周志翔

在刚过去的端午假期，演出经济带火了银川，赛事经济热力值也持续攀升。体育赛事走出体育场馆、走进商圈，能够带来可观的拉动效应。商圈里增添了集竞技性和观赏性于一体的新内容，增加了对消费者的吸引力，也拉近了体育赛事与群众的距离，带来体育与商业双赢的局面。

端午假期，得益于全国大学生三人篮球邀请赛，金凤区悠阅城商圈吸引客流量超过20万人次，比去年端午节增长56%，总销售额达2000万元，两项数据再创新高。兴庆区王府井百货东方红广场店因一场迷你四驱车嘉年华而热闹非凡，活动吸引了众多5岁至16岁青少年踊跃参与。商场负责人介绍，活动期间商场销售额比平时增长了不少，餐饮、儿童娱乐、运动装备等品类成为消费热点。

创造更多线下消费机会。市民回归理性，加上网络平台的冲击，本地线下消费面临着巨大的挑战。多一项吸引消费者走进商圈的活动，就是为消费增添更多可能性。文体活动一直都是吸引客流的有效手段，不需要大牌明星，不在乎对手是谁，只要体育赛事贴近群众，都能引来市民的关注。将赛事IP的流量吸附效应与商业空间的场景承载能力结合，便能创造“观赛-消费-社交”的复合消费链条。

赛事进商圈是城市公共服务供给模式的突破。当赛事从专业场馆走进商圈，政府、企业与市民的互动关系被重构。体育赛事与商圈结合，将观众转化为客群，实现流量闭环，在那一刻，市民是为了看球去逛商场，还是去逛商场时顺便看球，已经不重要。这种模式不仅降低了政府办赛成本，更通过市场机制调动了社会资源，形成了“文体搭台、企业唱戏、市民受益”的良性循环。从更深层次来看，赛事进商圈打破了体育设施与公共空间的界限，使全民健身真正融入市民的日常生活。

体育赛事是一项带动力极强的产业，探索“文体搭台、消费唱戏”新模式，培育更多群众能参与、常态化举办的体育赛事，让运动员就在身边，让消费者成为观众，在多重身份的交织中，充实民众的生活，增加商圈的客流，持续释放消费潜力，助力商圈经济高质量发展。

市民互动

花博园也有簪花墙

历经数次改造，中国花卉博览园基础设施有了很大提升，风筝节、音乐会等活动亦纷至沓来，为市民和游客打造了丰富的多元体验。如今，它再次解锁新玩法！巨型3D立体簪花墙美到炸，再加上凤凰桥、凤凰彩绘，让市民游客从地面到墙面全屏出片，已经吸引了很多人前去打卡，妥妥拿捏“流量密码”。

千年绒花跃然青砖黛瓦间，驼铃声声化作缤纷彩墨。当传统国潮遇上先锋艺术，当塞北风骨邂逅江南诗意，花博园要把整个夏天玩出新花样，你不去瞧瞧吗？

@小王拍一下

银川文旅听劝上大分，银川不愧是塞上湖城，中式美学真的绝绝子。转身撞进古风画，朋友圈C位预订。

@西北狼

氛围感十足。

@探宁夏

这地方太漂亮了，塞上湖城诚不欺我！

@阿飞@¥

美景很多，但更重要的是发现美景的眼睛。

@柚花离海

中式浪漫太让人喜爱了！

@浮华背后

带上老婆和娃一起游花博园！

@飞越银川

美，多画点！

小票根撬动演唱会经济大能量

本报记者 皇甫世俊 整理

演唱会经济已经成为带动文旅产业发展的重要抓手，各地频频发力，作出诸多尝试，为拉动经济提供了极强动力。外地城市如何在演唱会经济上下功夫，采用了哪些措施大幅提升演唱会的带动作用？

“行走的GDP”

数据显示，2024年国内大型演出平均跨城观演率超60%，除演出票房收入外，直接带动观众综合消费超过2000亿元，演唱会经济成为名副其实的“行走的GDP”。业界常用“1:4.8”形容演唱会经济对消费增长的强大带动力，即门票花费1元，可带动同期周边消费4.8元。例如，2024年江西省南昌市以27场演唱

会吸引观众近百万人次，拉动直接消费16亿元，可谓既聚人气也聚财气。2024年山西省太原市举办了32场演唱会，拉动消费约41亿元。今年1月至5月，广西南宁市举办8场大型演唱会，拉动经济增长约16亿元。观众在演出地停留期间持续产生消费，为当地的经济发展提供了活力，也大幅提升了城市品牌影响力。

“跟着演出去旅行”

据媒体报道，辽宁省狠抓新场景建设，聚焦“吃住行游购娱”全要素，积极打造“跟着演出去旅行”“跟着赛事去旅行”“跟着展览去旅行”等新场景，持续放大“文体旅+”综合效应，激发产业发展动能。“跟着演出去旅行”指沈阳玫瑰音乐节、大连嘉亿欣音乐节等，拉动演唱会“票根经济”，形成“看一场演出游一座城”的文旅消费新风尚。

此外，上海今年一季度举办1.5万场营业性演出，接待观众600万人次以上，票房收入10亿元左右，联动消费超60亿元。比

如今年3月在上海举办的刀郎演唱会，外地观众占比达50%，可以说是“为了一首歌，奔赴一座城”。演唱会期间，演出场馆附近的餐饮、住宿等消费激增，旅游街区 and 博物馆等点位的消费也大幅增长，“票根经济”作用凸显。“有歌迷算了一笔账，来看一场演唱会，旅费加餐饮住宿，消费额达到五位数。但是为了热爱买单很值得。”有媒体指出，上海正在打造亚洲演艺之都，演唱会经济的蓬勃发展，得益于相关部门和资源的深度整合，实现了多元业态联合。

银川沸腾 热爱回响

5月31日晚，“爱尚银川”大型演唱会在贺兰山体育场激情开唱，三大实力唱将潘玮柏、萧敬腾、黄绮珊携经典金曲齐聚于此，一场融汇唱功、情怀与视觉的音乐盛宴，让银川这座西北城市激情澎湃，亦成为银川向外界展示组织能力、服务精神和城市活力的生动窗口。从井然有序的服务保障，到直冲云霄的情感共振，再到纷至沓来的真诚赞誉，银川在这场“大考”中交上了一份令人动容的答卷。

◇ 媒体、博主谈 ◇

@银川晚报

演唱会上，萧敬腾腰间挂的“杞骆驼”直接火了，目前已经脱销，下一批货正在准备。“杞骆驼”的设计者名叫董思琪，是一名“95后”。“杞骆驼”设计图稿出来后，她与合伙人一起在广州市跑了3个月，找工厂找材料，最终才实现批量生产。没想到，“杞骆驼”一经上市就大受欢迎，产品经常处于断货状态。

“杞骆驼”这个名字形象地诠释了创作者的灵感巧思：枸杞是宁夏的标志性特产，骆驼则代表丝绸之路的探索精神，合二

@宁夏深1度

“爱尚银川”大型演唱会吸引了超过3万名观众，这说明银川人睽违已久的演唱会大有市场，“十年来最靠谱的演唱会”实至名归。现场还赠送大礼包，这着实宠粉，也体现了银川文旅工作人员的一次次努力。每个人都希望银川变得越来越好，成为每一个人的银川，不必在意那些刻意的讽刺和毫无道理的挖苦；每一场演唱会都会有被吐槽的点，但整体而言瑕不掩瑜。有人可能会对嘉宾不是周杰伦或凤凰传奇或刀郎而耿耿于怀，但有了第一次的尝试才有第二次的尝试，请相信每一次的失败都是为了下一次的成功铺垫。

@请叫我大老师

很多朋友参加了这场演唱会，有夸的，有感动的，有热泪盈眶的，有满意的、不满意的，有提出问题的……令我感动的点在于，作为一个生长在银川、对银川有很深感情的孩子，看到了银川的变化。在演唱会这个领域，银川已经沉寂太久，这次打破“魔咒”，是无数工作人员挑灯夜战的结果。有没有问题？有，但比起成功举办这么一场演唱会，这些都不是问题，他们在以后的工作中一定会不断改进。因为，包括演唱会在内的文旅活动，就是要不断发现问题、解决问题。

@宁夏人的江湖

这场演唱会的成功举办，对今年大力发展演唱会经济的银川来说太重要了！有了这一次打消所有人的顾虑，有了这一次让相关企业树立起信心，才会有后面的第二次、第三次……

水洞沟的九点音乐节已经开票，7月份的啤酒音乐节阵容依然很强大……与此同时，在全国各地大力发展演唱会经济、提振消费的大背景下，许多在外地举办的演唱会，同样也吸引着银川人。比如山西省晋城市举办的中国摇滚编年史

为一，成就了宁夏文创的又一经典形象。

话题拉回演唱会。一场演唱会，不应只有售票、音响、服务等大面和细节上的事情，更应成为一座城市文化的传播平台。许多人发出疑问：“咱银川不想当小透明，想让更多人认识，咋办？”那么，如同演唱会、马拉松以及类似“杞骆驼”的文创产品，就是咱们的文化标签，可以让更多人建立具象化的城市印象。希望以后能推出更多类似的好产品，也再次感谢董思琪，感谢所有为这场演唱会点赞的朋友们。

这一次的演唱会给了每个人信心——仅仅是银川本地人就足以撑起贺兰山体育场的数万座位，遑论更吸引眼球的歌者。所以，别太苛责，不积跬步无以至千里。总而言之，这开了一个好头。银川人愿意为高质量的演唱会埋单，也有足够的人气聚拢让任何咖位的歌者在银川献唱。

我们可以去憧憬真正的演唱会经济，也可以确定，只要各行各业为之努力，银川真的不差。不用自命不凡，但更没必要妄自菲薄。

题，精髓就是在学中干、干中学。

很多人也给官方提了许多意见和建议，但是，这和单纯吐槽是不可以画等号的。提出问题、缺点，是为了让家乡进步。是有不足，但更应看到亮点优点。让我们记住这个被音乐点亮的夜晚，记住汗湿衣襟的安保人员，记住嗓音沙哑的志愿者，记住在我们身后默默守护的各级政府，还有34个职能部门，记住所有让不可能变为现实的平凡英雄！

银川的故事，未完待续。

超级演唱会，阵容绝对是近些年中国摇滚最顶级、最齐整的一次。按说银川跟中国摇滚的缘分匪浅，苍凉浩瀚的地貌与摇滚的气质更搭，眼瞅着越来越多的城市要打造“摇滚之城”，啥时候银川再疯狂摇滚一把？

为什么要大力发展演唱会经济？人，是愿意为了情怀买单、为了演唱会花钱的！如果这些巡演都有银川一站，银川人哪还需要千里奔波？届时，多少人会到银川来消费并顺便旅行呢？

◇ 网友谈 ◇

@小米

3万多人的进场和退场都井然有序，由小见大，银川真的可以！

@Okkkkkk-

作为其中一名工作人员，所有的苦与泪在凤凰飞起来，荧光棒挥舞起来，3万多人一起呐喊、一起蹦迪、有序退场，每个人手里提着我们几个日夜装的大礼包，甚至有朋友告诉我头回在演唱会吃这么多零食时，都值得了！我们接受所有批评，期待下一次！下次见！

@清英

银川需要演唱会，就像一个口渴的人需要水，现在解渴的水来了，希望银川接得住，并且持续不断地接住。希望银川的服务越来越好，不断积累经验、克服困难，积极改正小问题，争取把一只只“凤凰”吸引来。

@鹏程

我是文旅行业的从业者，买了票进去体验了一下，也算是支持咱们本土的演唱会经济。当看到银川文旅准备的宠粉大礼包和现场的志愿者、贴心的接驳车时，我真的感动了。实话说，现场的音响有瑕疵，但是还请给宁夏文旅一些时间。曾几何时，我为了看演唱会要跑到兰州、深圳，试想有一天我们在银川就可以看到一流演唱会，不但方便，我们该是多么骄傲？当因为演唱会迎接八方来客时，咱们宁夏人是否准备好了？

@ZY

努力的真心比完美更重要，我们应该给家乡一些时间去不断完善，毕竟演唱会的背后有很多很多人的付出。加油银川！期待下次会更好。

@巴黎的春天

对于亲身体验者，整体来说挺好，上大分！希望我们的、我们的家乡越来越好！