



## 旅游 + 演艺，激活消费新空间

看完小剧场演出，年轻人逛起周边商场和夜市；演唱会现场气氛热烈，场外文创摊位前同样人头攒动；到景区游览风景，还能沉浸式体验非遗项目……近年来，一幕幕鲜活场景，折射出旅游与演艺深度融合的文旅发展新趋势。

“十五五”规划纲要提出，培育特色主题旅游线路和旅游演艺精品项目。国务院办公厅印发的《加快培育服务消费新增长点工作方案》也明确，培育演出服务，体育赛事服务，情绪式、体验式服务等潜力领域发展动能。“旅游+演艺”如何持续迭代升级，又怎样激活服务消费新空间？记者进行了探访。

### 小剧场走进商圈、景区，延展消费链条

湖南省花鼓戏剧院内，由仓库改建成的小剧场人气高涨。融合了花鼓戏元素的新国风沉浸式幻境秀《新刘海砍樵》，以精彩的剧情和特效让观众沉醉其中。“看完演出后，我准备再带孩子去附近夜市，感受长沙的夜生活。”游客李女士说。

据统计，长沙夜间消费占全天消费额的60%左右，小剧场正成为“夜经济”的新引擎。长沙锦秀拾光商圈形成“看live+吃夜宵”的夜经济生态，年轻人看完现场音乐演出后流连于周边夜市，夜间消费链条持续延展。沉浸式夜游演出《天心阁魁星点灯》单日吸引游客破万人次，带动周边夜宵、文

创等消费业态同步火爆。“白天游景点，夜晚赏小剧”已成为长沙文旅的新名片。

在长沙五一商圈，小剧场也是吸引客流的新磁极。长沙悦方ID MALL购物中心集聚了6家小剧场，2025年累计票房750万元。数据显示，五一商圈小剧场聚集区已形成“观演+餐饮+购物+住宿”的消费链条，周边3公里内餐饮消费因剧场客流实现62%的增长。

剧场和景区联动，让文旅消费更有内涵。长沙多个景区打破“走马观花”的旅游模式，以小剧场为载体，让自然风光与文化演艺双向赋能。在橘子洲头的《恰同学少年》青春剧场里，红色沉浸式话剧正在上演，观众化身“青年学生”，在声光电打造的实景中与百年前的湖湘青年对话。

青砖黛瓦间的脱口秀、景区里的沉浸式演出、商圈中与观众互动的戏剧表演……在长沙，“剧场+商场”“剧场+景区”“剧场+夜经济”的融合模式，成为文旅消费新潮流。2025年，长沙71家演艺新空间累计演出1.7万余场，吸引观演人次超450万，票房收入突破3.66亿元。“我们努力以演艺带动游客长沙行，让文化流量转化为消费增量。”长沙市文化旅游广电局党组书记、局长易鹰表示。

### 演唱会结合特色文化，带火城市文旅

广西南宁，夜幕下的广西

体育中心流光溢彩，“热爱之城”拼盘演唱会火热开场，汇聚了来自天南海北的歌迷。

“听说有‘宠粉大礼包’，我提前两天就在景区三街两巷住下，凭票根享受了许多餐饮消费的优惠，把特色美食尝了个遍。”来自广东广州的歌迷黄狮说。

南宁市文化广电和旅游局联合餐饮企业、酒店推出的“宠粉大礼包”，涵盖餐饮住宿、景区门票等多重福利。交通部门则在大型演出期间延长地铁运营时间、增开公交专线，让数万歌迷听完演唱会不愁回家路。

如何让“流量”变“留量”？南宁借演唱会展示城市形象，“老友南宁”音乐季等主题宣传活动持续出圈。演唱会门口的市集上，周边文创产品、农特产品、非遗手工艺品等摊位生意火热。

“我在这有两个摊位，每次有演唱会还去门口摆摊，基本每晚都有上千元收入。”说话间，商贩周李华就麻利地装好了两袋椰汁。借助市集，非遗老友粉等特色产品通过“宠粉大礼包”走向全国歌迷。

在南宁，演艺经济的“长尾效应”还在持续发酵。“本次演出上座率达90%，五成以上观众来自外地，演唱会已成为南宁的移动名片。”演唱会总导演王科雅说，“《热爱之城》演唱会将舞台演出与南宁在地文化、特色消费场景深度结合，同时呈现广西各地著名美景。演唱会中，嘉宾也深度推介南宁美食美景，与现场观众分享交流。”

近年来，南宁先后出台支持和鼓励举办中小型音乐节、支持营业性演出发展等政策“组合拳”，优化演唱会环境，提升广西体育中心容量至5万人。同时，大型活动申报审批受理到许可时限缩短到5日。

2023年至2025年，南宁每年举办演唱会的场次从21场增至约40场。2025年，南宁举办的演唱会吸引观众64.63万人次，拉动经济增长36.42亿元，“跟着演唱会去旅行”成为新风尚。

### 风景区丰富互动场景，升级沉浸体验

河南开封清明上河园大宋校场，看台上座无虚席。“哪位好汉愿上马一试？”游客赵骥来到沙场，翻上马背。接过校场老兵递来的景区货币“大宋交子”，赵骥很兴奋，“这个环节很有趣，有机会还要尝试。”

暖场环节过后，战马嘶鸣入场。伴随如雷鼓点，经典马战节目《岳飞枪挑小梁王》开场。如何让老节目历久弥新？“我们设置了一系列互动活动，让游客从旁观者变身参与者。”景区工作人员张馨月说。

作为以宋文化为主题的大型历史文化公园，清明上河园以北宋名画《清明上河图》为蓝本建设，《大宋·东京保卫战》《王员外招婿》等演出互动节目轮番上演，为游客营造多时段、沉浸式游园体验。

在耕织农坊汉服馆，游客用互动任务赢得的“大宋交子”

免费租赁宋制服饰。馆外，提示牌标注了兑换商户、地点和可兑换的游艺、餐饮、游船等服务。“身着宋服游清明上河园，上虹桥、坐游船，拿交子购买服务，有种穿越时空的代入感。”赵骥说。

在园内上善门旁，一场“宋宴”火热开席。古色长桌一一排布，席间萦绕悠扬乐声，豫菜佳肴依次呈上，每道菜品都对应着节目演绎。“我们把演艺与科技融入宴席，推出沉浸式宋式餐秀，游客可以身临其境体验古人风雅。”张馨月说。

开封作为八朝古都，近年来文旅持续“破圈”。市内不少景点构建“白+黑”全时消费场景，推出景点联票、“三天不限次入园”等优惠策略，留住更多游客。

暮色四合，华灯映水，大型实景演出《大宋·东京梦华》在宽阔湖面开场。新增设的水中月亮装置、可移动拱桥，与全域灯光、虚实交融的多媒体画面交相辉映，勾勒出更具诗意的景致。游客推窗便能看见游船画舫、璀璨灯火，如同宿在画中。“大家的审美在提升，经典节目必须常演常新，才能以更鲜活的方式触达观众。”导演梅帅元说。

河南省文化和旅游规划研究院院长张祥宇介绍，通过文化场景升级、消费动线重构、科技赋能体验，清明上河园等景点构建起“日观百戏、夜赏华梦、食在汴京、宿于宋风”的文旅新业态。2025年，开封累计接待游客1.16亿人次，实现文旅综合收入870.68亿元。

