

# 亲子类演出受欢迎 户外音乐节“出圈”

## ——暑期现场演出市场观察

本报实习记者 李雨潇

观察今年暑期的现场演出市场不难发现,大麦网、摩天轮票务、保利票务等平台均推出了“暑期档”活动,如大麦网推出“热力GO现场”暑期档活动,集结8个品类的550余场演出;摩天轮票务增加了暑期热门的亲子类演出和音乐节、演唱会的宣传力度;首次涉足演出领域的首创朗园在7月推出为期两天的“棱镜mini戏剧节”……

### 暑期档:现场演出的消费档期

“暑期历来是现场娱乐的消费旺季,但行业内缺少一个加速器推动其成为‘风向标’,所以今年暑期我们做了一系列活动,集中调度优质演出资源和优惠权益,推动形成现场娱乐业的消费档期。”大麦网平台运营中心总监张媛媛说。她所说的“系列活动”指的是由60个演出品牌参与的暑期档活动,包含演唱会、话剧、歌剧、音乐会、体育、儿童亲子、展览、芭蕾等类别,从7月3日持续至8月11日。

数据分析显示,每年的6月至8月都是演出市场旺季,演唱会、音乐节、休闲展览多集中于这个时段。以2018年6月至8月为例,大麦网在售演出3.9万场,占全年总场次的37%,现场观众人次达到220万,演出覆盖全国281个城市;其中,演唱会观众人次高达100万,占整个观众群体的45%。“受强劲的用户需求和现场娱乐演出周期的影响,暑期成了一个演出高峰和票房高峰,品类扩张和用户下沉给市场带来了新的增量。”张媛媛认为,演出市场暑期档将成为拉动文化消费的新动力。

据大麦网统计数据,今年7月1日至8月31日,日活跃用户数量和单日成交量均创历史新高,2703个项目参与暑期档;在总项目票房同比2018年同期提升14.3%,其中专业剧场票房同比提升44%,度假休闲品类票房同比提升53%,体育比赛项目票房同比提升118%。在购票用户方面,专业剧场、度假休闲品类、体育比赛的购票用户数分别同比提升45%、58%、51%。

“最近几年,业内一直在提暑期档,我们去年的年度报告也专门提到,暑期档、新年档已逐渐成为业内普遍重视的档期。”中国演出行业协会秘书长潘燕告诉记者,作为汇集不同剧院、不同机构演出项目的综合性聚合平台,大麦网面向消费者提出暑期档的概念更容易引起消费者关注,这好比“双十一”——淘宝推出消费节的概念,商家响应,消费者得到实惠,带动消费。

### 家庭观众成暑期档消费主力军

“暑期的亲子市场始终是票房主力,因此我们倾向于选择寓教于乐的天文、地理、当代艺术、雕塑、多媒体交互等演出内容。”摩天轮票务负责人说。因此,改编自经典童话故事的音乐剧如百老汇原版音乐剧《绿野仙踪》、大船文化亲子剧等成为票务平台优先推送的项目。

“现在中国家庭的消费能力逐渐增强,精品儿童剧正在慢慢找到自己的市场,特别是一、二线城市的家长,对亲子剧的要求越来越高,不仅希望剧目内容能对孩子起到正向教育和引导作用,也希望舞美、布景等能给孩子营造出认识美、感知美的环境。”大船文化董事长尤兴华说。

“孩子放假了得有些学习之外的活动,外出旅游是一种方式,就近看演出也是一种方式,而且比较方便。”覃宁的女儿今年11岁,她告诉记者,每年都会选一些适合大人孩子一块儿看的剧,“可以增加孩子对一些经典故事的理解,提高审美情趣,我们也可以借此跟孩子多一些交流和沟通。”

为了满足亲子家庭观众的观演需求,票务平台针对该群体推出不少优惠服务。“暑期不少剧目会针对家庭推出优惠套票活动,并有沙龙讲座或现场手工体验等公益活动,还会有一些经验丰富的讲解员进行引导。”摩天轮票务负责人说。

“暑期档这个概念对演出市场是有意义的。”尤兴华认为,对观众而言,可获得比平时更多、更优的剧目选择,在阶段性的集中消费中强化暑期艺术消

费意识;对演出商而言,则提出了更高要求,要想在演出扎堆的竞争环境中脱颖而出,剧目一定要有创新性和独特性,这促使演出商不仅要提供好的演出产品,还要提供优质服务。

### 户外音乐节走出“圈层”

因“大咖众多”“一票难求”而在年轻人朋友圈刷屏甚至登上微博热搜榜的2019麦田音乐节,在今年夏天让更多人感受到了户外音乐节的影响力。数据显示,由于邀请了周杰伦、蔡依林、杨乃文、新裤子乐队等知名度较高的音乐人,该演出门票在大麦网上架3小时预约登记量就超过了10万。

“头部艺人加入及地方政府的扶持,让音乐节市场明显趋热。”大麦网行业发展中心北方区负责人严朝锋透露,从今年上半年的10余个音乐节项目来看,平均票房同比去年提升30%,其中5月涨幅最大,单月音乐节票房规模同比去年5月提升超2倍。

以摇滚、民谣等曲风为主的户外音乐节曾是独立音乐人的表演场,观众也以偏爱新锐、先锋艺术的年轻人为主。近年来,随着《乐队的夏天》《声入人心》《中国新说唱》等音乐综艺节目播出,多元化曲风和表演形式开始“出圈”,为音乐圈外其他不同层面的受众接受和喜欢。

“越来越多的年轻人对独立音乐和乐队有了更深入的理解,也更愿意在现场感受音乐的魅力,户外音乐节的消费增长可视为一种趋势。从大盘上看,户外音乐节举办地点已经不再局限在一线城市,整体场次增量明显。”摩天轮票务负责人说。

户外音乐节与暑期的契合度非常高——前者多选在风景优美的海滨城市或人气很高的网红城市举办,后者则是年轻人休假、享受旅游和美食的季节。大麦网数据研究院分析显示,在近两年的暑期观演用户中,18岁至24岁的学生消费能力逐年提升,2017年购票学生用户占比13%,到2018年上升至20%，“95后”已成现场娱乐演出消费主力之一。



9月8日,“我和我的祖国”——2019东城区中秋公益电影展映在北京明城墙遗址公园开幕。为期3天的展映放映了《红海行动》《甲方乙方》《老师·好》等影片,并举办了“怀旧时光·原版电影海报展”。

据悉,此次展映是北京市东城区文化和旅游局继“故宫以东”项目之后的又一次“文化+旅游”尝试,将明城墙遗址公园作为露天电影院,播放夜场电影,积极响应夜间经济政策,丰富市民文化生活和区内文旅融合内涵。

图为展映现场。

本报记者 屈蕊文 东城区文化和旅游局供图

## 第六届安徽文化惠民消费季活动启动

本报讯 (驻安徽记者郇磊)9月6日,由安徽省委宣传部主办,省文化和旅游厅承办,省直有关单位、文化企业、各市共同承办的第六届安徽文化惠民消费季活动启动。

此次消费季将持续至11月30日,以“文旅融合 惠民安徽”为主题,坚持“创新推动、精准拉动、政企互动、上下联动”的原则,引导文化惠民消费活动向更深、更细、更广、更实的层面推进,体现出四大亮点:在惠民消费支付手段上有创新,在文化消费领域有突破,在直补资金上有细分、在宣传营销上有新招。

据介绍,消费季期间开展的文化惠民活动主要分五大系列:一是“五看”系列消费惠民活动,即鼓励城乡居

民看书、看报、看电视、看演出、看电影消费,财政提供910万元补贴资金直补消费者;二是“好戏大家看”系列展演活动,组织开展全省原创优秀剧目展演、省群星奖优秀作品巡演、全省地方戏曲(声腔)汇演、全省民营艺术院团优秀剧目展演等艺术展演活动,共计1000余场;三是文创及非遗衍生品展示展销活动,重点包括第四届中国非遗传统技艺大展、湘赣鄂皖四省非遗联展以及各市组织的非遗展演、文创及非遗衍生品展销、民俗文化展演;四是特色文化旅游节庆活动,包括第十二届安徽国际文化旅游节、宣城市第九届文房四宝文化旅游节等;五是喜迎新中国成立70周年系列展演活动。

## 斗鱼举办首届公会管理者培训会

本报讯 为营造良好的网络直播生态,输送优质的网络直播内容,积极承担网络直播企业的社会责任,9月5日,斗鱼直播在湖北武汉举办首届公会管理者培训会,就政策法规、道德规范、正能量内容生产等方面,对来自北京、上海、长沙、厦门、重庆、武汉等地的数十名公会管理者,进行了集中培训。

“公会”即网络直播经纪公司,在挖掘、培养和孵化主播的过程中扮演着重要角色,被业界称为直播行业的“造星厂”。据斗鱼直播副总裁袁刚介绍,自2018年以来,斗鱼直播培训已累计举办20余期,此次升级为公会管理者培训会,是因为公会作为平台与主播的连接枢纽,与主播有更直接、更密切的联系,对公会管理者进行培训,有助于提高培训效率。

在为期两天的培训中,共青团中央、湖北省委网信办的相关专家讲授了网络文化领域的法律适用情况,网络直播相关的政策法规,并就直播中应当注意的行为规范等内容,与参训学员进行了深入交流。专家指出,直播行业要走向理性与成熟,需要平台、公会和主播的共同努力。“网络主播应该成为知识传播、价值传播、正能量传播的角色。”斗鱼直播总编辑李洁表示,网络直播平台聚集了海量信息,已成为年青一代获取信息与社交娱乐的主要平台。未来,斗鱼直播还将联合专业院校、机构、讲师共同开发课程,对公会及其主播进行持续培训。(张婧)

## 业界聚焦5G时代北京文化产业发展新机遇

本报讯 9月5日,由北京市国有文化资产监督管理局、北京市海淀区委宣传部、北京银行联合主办,以“5G时代北京文化产业发展新机遇”为主题的首都文化产业投融资项目推介会暨北京5G文化产业投资峰会在北京举行。

推介会上,北京市经济信息化局总工程师顾瑾瑜、爱奇艺副总裁王学普、微影资本创始合伙人唐肖明等嘉宾分别就“5G行动方案政策解读”“5G应用:站在现在看未来”“5G时代视频行业发展新机遇”“5G时代

文化产业投资机会”等话题发表了主题演讲。在圆桌论坛环节,腾讯影业副总裁陈洪伟、阅文集团高级副总裁罗立等嘉宾就“5G时代北京文化产业投资新机遇”交流和分享了各自观点。同时,主办方还安排了8个优秀项目进行现场路演。“随着技术的持续进步,文化产业发展将迎来更多新机遇,我们将继续关注5G时代文化产业发展进程,大力推动5G时代首都文化产业创新发展。”北京市国有文化资产监督管理局相关负责人表示。(张婧)

## 第三届两岸青年艺术人才驻地实习计划结束

本报讯 8月31日,为期一个月的2019两岸青年艺术人才驻地实习计划在北京结束并举办结业分享会。

分享会以“来自一日#北京”为主题,通过戏剧、舞蹈、音乐及短视频等形式,呈现了来自台湾8所高校的20名艺术类专业学生在北京一个月来的实习成果,涵盖戏剧艺术感悟、心得和京城生活趣闻、杂感。哲腾文化及台湾周凯剧场基金会负责人与学生们进行了交流,国务院台办交流局、中华文化联谊会有关负责人和实习单位负责人到场参加分享会,对实习成果进行评定总结。

台湾学生纷纷表示,驻地实习计划不仅开阔了个人眼界,还感受到大陆在各个领域的繁荣发展,希望以后有机会能到大陆工作、生活。(王君竹)

## 《时尚大师》第二季开播

本报讯 (记者程佳)9月4日,由中央广播电视总台央视财经频道联合北京爱奇艺文化传播有限公司打造的文化创享节目《时尚大师》在北京举办第二季开播礼暨看片会,看片会内容为《时尚大师》第二季前三期精编版。

据介绍,《时尚大师》第二季于9月7日起每周六晚在央视财经频道播出。该节目制片人杨晓晖表示:“《时尚大师》的初心是通过色彩这个独特的视

角来发掘中国人的审美品味、生活内涵,并以此带动大众的时尚觉醒。第二季节目的内容制作重点仍在传统文化。”北京师范大学新闻与传播学院执行院长喻国明认为:“《时尚大师》提供了一个特别的范例:第一,以传播为逻辑去架构社会、产业、文化和生活等方面的内容;第二,是中国跟世界沟通的一个文化产品;第三,为主流媒体表达的内容插上了时尚的翅膀。”



9月5日至8日,第四届中国—阿拉伯国家博览会在宁夏银川举办,来自不同国家和地区的客商展出的众多手工艺品令参观者目不暇给。

图为一名乌干达参展商在演奏木鼓吸引参观者前来选购。  
新华社记者 冯开华 摄

# 以法治建设助力文化强国行稳致远

本报记者 张婧

《文化产业促进法(草案征求意见稿)》向社会公开征求意见已经结束,立法工作取得重要阶段性成果;文旅消费领域的第一个“国字号”政策——《关于进一步激发文化和旅游消费潜力的意见》发布;各地大力推进夜间经济发展,文旅消费成为重要切入点和突破口……近一段时期以来,伴随着接连不断的利好消息,文化产业发展迎来了更多新机遇,业界对文化产业促进法这部能够切实推动文化产业发展的法律,也充满了更多期待。

### 深入调研以保障权威性和严谨性

近年来,在党和国家的高度重视、正确引导下,文化产业逐渐成为助推我国经济发展的优势力量、提升综合国力的重要因素,展现出的发展潜力和重要价值不言而喻。因此,推动文化产业向国民经济支柱性产业目标迈进成为新时期、新阶段文化建设一项重大又紧迫的战略任务,文化产业促进法的出台将为文化产业健康发展保驾护航。

据了解,为保证草案的内容符合文化产业发展现状,文化和旅游部联合有关部门深入开展调研,起草组先后赴北京、辽宁、江苏等地及欧洲开展了10多次专题调研,累计实地调研文化企业和机构超过60家,广泛听取各方意见建议;同时收集整理国内外相关法律法规、政策文件、研究成果,并依托研究机构深入开展文化产业立法相关理论研究,起草促进法草案建议稿。

“草案形成过程十分艰辛。在前期调研和专家

意见稿的基础上,中宣部、文化和旅游部等部门成立了专门起草班子,组织了数十次集中研讨会和审稿会,针对相关重点难点问题,拟确立的主要制度、草案文本框架结构和具体条目等进行反复研究梳理。”据文化和旅游部相关人员介绍,草案起草过程中还参考了公共文化服务保障法、电影产业促进法、中小企业促进法、价格法、反不正当竞争法等多部法规,以保证其严谨性和权威性。

### 助力打通产业融合发展之路

据不完全统计,目前,我国省市以上各级党委部门关于文化产业的法规文件已达数千件,其中多数属于政策性文件。虽然规范性文件、政策性文件数量庞大,但体系化、规范化程度亟待提高,文化产业促进法的制定,正是我国实现“文化产业政策法治化”的重要举措。

“法律是治国之重器,法治是国家治理体系和治理能力的重要依托。当前处于推动文化产业发展的关键阶段,亟须一部高位阶、全方位的根本性文化法律,为文化产业健康有序可持续发展提供有力的法治保障。”咪咕文化科技有限公司总编辑王寒英认为,在全国各地文化产业快速发展参差不齐的背景下,制定一部文化主干法很不容易,因此,草案的征求意见可说是文化产业立法工作的一项重大突破。

“出台文化产业促进法对于明确文化产业在我国国民经济中的法律地位,明确国家对文化产业的战略部署和支持举措具有重要意义,尤其在当前形势下,这将大大推动文化作品的创作与生产,大大提升文化产业从业人员的信心,进而推出和创作更多优秀的作品,进一步提升文化产业在国民经济中的地位。”中娱智库首席分析师高东旭表示。

### 加速出台促进法是大势所趋

文化产业促进法草案向社会公开征求意见结束后不久,国务院办公厅印发了《关于进一步激发文化和旅游消费潜力的意见》。作为文旅消费领域的第一个“国字号”政策,该政策一经发布便在文化产业界引发了热议。业内专家普遍认为,在当前国家积极挖掘文化和旅游消费潜力、推动文化产业发展的趋势下,出台文化产业促进法的必要性和及时性更为凸显。

高东旭认为,结合新近发布的意思来看,此次公布的草案可谓亮点纷呈:一是在创新手段部分,草案提出要鼓励和扶持优秀网络文化作品创作,增强了网络文化从业者对文化产业的认同感和归属感,有利于为广大人民群众提供更加丰富多样的文化产品。二是鼓励相关产业进行境外推广。近些年,网络游戏和网络文学、视频节目已经通过市场化方式走向国门,相信文化产业促进法正式出台后,优秀网络文化作品走向国门的道路将更为顺畅。三是提出构建文化市场诚信体系,这将引导文化企业和从业者加强自律,生产积极向上的优质文化产品。

“草案分为九章,共涉及75个条款,以‘促进什么’‘怎么促进’为指导方向,在明确了文化产业基本内涵、发展方向、管理部门职责的同时,以创作生产、文化企业、文化市场为三大发力维度,对文化产业的整体发展予以法律层面的指导、护航和扶持,在国家促进文化产业发展中发挥‘基本法’的重要功能。”王寒英表示,此次面向社会公开征求意见的草案“结构体例视野广阔、具体内容科学准确”,充分体现了立法者的高度智慧。不难想象,未来即将正式出台的文化产业促进法在释放文化旅游消费潜力、促进文化产业与其他产业融合发展方面都将发挥重要作用。

完善法规体系 加快立法进程  
推动文化产业高质量发展