

# 2025年收入超837亿元 中国演出市场活力强劲

新华社呼和浩特4月23日电 好戏连台、业态焕新、产业融合，中国演出行业交出一份亮眼成绩单。

2025年全国演出市场总收入达837.22亿元，同比增长5.19%；全国营业性演出（不含娱乐场所演出）场次为64.04万场，观众人数为1.94亿人次。

由中国演出行业协会主办的2026中国演出交易会4月21日至23日在内蒙古呼和浩特举办，会上发布了2025年演出市场数据和专项报告。一项项数据、一场场洽谈，折射出市场的火热。

“演出市场已进入从内容供给到场景体验、从单一票房到生态经济的新阶段。”中国演出行业协会会长刘克智表示。

好戏连台，回应人民群众期待——数据显示，在舞台艺术演出领域，市场化程度较高的艺术门类演出保持上升态势。

以音乐剧为例，2025年音乐剧票房、观众人次同比分别增长7.55%、10.41%，成为演出市场一大亮点。

主旋律题材创作踊跃，《寻找李二狗》《风声》等用细腻表演、精美制作彰显家国情怀，滋养精神家园。本土音乐剧活力凸显，《锦衣卫之刀与花》《大状王》等植根传统文化沃土，让古韵国风成为“顶流审美”。

舞剧市场同样精彩纷呈。《牡丹亭》《龟兹》等新作融合传统文化与地域特色，颇受观众青睐。《红楼梦》《只此青绿》等经典剧目常演不衰，保持头部地位。

“我们围绕选题、解題、创作三个环节发力，不断提升作品的思想内涵和艺术品质。”中国东方演艺集团党委书记、董事长景小勇说。

舞台剧目百花齐放，满足了人民群众日益增长的文化需求，彰显了人民文艺的鲜明底色。

业态焕新，培育消费新增长点——

今年2月，音乐剧《夜幕下的哈尔滨》在哈尔滨大剧院完成驻场演出，共吸引1.5万人次观众。剧院配套推出“夜哈号”旅游观光巴士，让观众体验从剧场舞台延伸至城市空间。策划艺术市集、关联研学项目、开发多元

业态，多地专业剧场拆掉“围墙”，把单一的演出场所变成城市文化会客厅。

与此同时，“小而美”的演艺新空间渐呈集群发展态势。小剧场演出安排灵活、票价定位亲民，近年来吸引不少年轻人专程打卡。

上海亚洲大厦汇集19个演艺小剧场，每周上演数十场演出；长沙部分小剧场融入街区商圈，与餐饮住宿业态联动……小剧场释放“大能量”，成为城市文化消费新引擎。

线下与线上的边界也在消融。许多剧场开启“第二现场”直播，为无法到场的观众打开一扇窗。一张票根，既通往一出好戏，又开启融合购物与社交的新体验。

过去一年，演出经营主体配套服务收入、演出衍生品收入实现双增长。从大场馆到小空间，从线下“流量”到线上“增量”，新场景新业态助力培育消费新增长点。

产业融合，赋能经济社会发展——

一场演唱会能带动多少消费？数据给出答案：大型演出对其他消费的平均带动系数为1:6.85，2025年大型演出带动交通、住宿、

旅游等关联消费超2200亿元。

“多地构建起以‘歌迷专列’为代表的交通网络，以‘票根经济’为核心的消费生态和以‘一站式服务’为基础的保障体系，实现‘3小时演出撬动72小时消费’。”刘克智介绍。

南京去年共举办61场万人演唱会，吸引近八成外地观众跨城观演；贵阳孵化本地音乐与艺术节，打造区域特色名片……“为一场演出赴一座城”渐成消费新常态。

“打通文旅体融合链条，把服务延伸至观众抵达前的每一公里，必将不断激发消费潜力，为经济社会发展注入新动能。”大麦总裁沈严说。

演出市场火热，离不开政策引领。国务院办公厅印发《加快培育服务消费新增长点工作方案》，明确支持发展“演出服务”；商务部等九部门发文，提出围绕体育健康、演出服务等领域打造消费新场景……今年以来，一系列政策举措密集出台，为行业发展保驾护航。

我们期待，在政策和市场驱动下，文艺精品持续涌现，演出市场热气腾腾。

# “阅读+”激活文化消费新动能

新华社北京4月23日电 第五届全民阅读大会近日发布的第二十三次全国国民阅读调查结果显示，有54.2%的城镇居民居民表示，在居住的街道附近有至少一种阅读服务设施，全民阅读设施更加完善。

阅读从“一个人的书桌”正逐渐成为融合文旅、社交、消费、疗愈的复合型文化空间。

亲子阅读分享会、明清老唐卡文物精品展同步开展，作家专场分享会有序开讲，自习区读者沉浸式阅读……丰富多元的场景交织，是福建省外图厦门书城常态化的周末景象。

厦门外图集团副总经理兼书城总经理林元添介绍，书城深耕“书店+”模式，盘活优质公共阅读空间，打造集阅读学习、文艺交流、创意休闲、场景消费于一体的复合型城市文化综合体，让人们更便捷地体验滨海文脉之城的魅力。

不只厦门，江西南昌通过“阅读+文旅”，串联滕王阁、东湖、万寿宫等文旅地标，推出书香主题游览线路，打造文化新地标。

赣江之畔南昌孺子书房摩天轮分馆闹中取静，成为不少游客的打卡地。馆长丁嘉梦

说：“游客游览摩天轮之后来到书房安静阅读，顺带购买文创产品，获得了更加丰富新鲜的文旅体验。”

一路北上，天津以首个全民阅读活动周为契机，将阅读搬进了天津水上公园。市民走进公园，沿湖可逛出版单位、实体书店等130余个摊位。

据了解，海河旧书市集自2024年启动以来，已常态化举办150余期，开展专场活动50余场，联动文博场馆、景区街区等200多个文化消费场景，吸引市民游客超60万人次。

放眼全国，类似的“阅读+”探索比比皆是：北京将实体书店嵌入胡同社区，上海打造“书店+美术馆”复合空间，成都推出“书店+民宿”文旅套餐……阅读正从封闭的书架走向开放的场景，也让更多传统书店变身市民愿意来、留得住、乐消费的城市文化客厅，激活文化消费新动能。

社群运营和技术赋能，正在推动“阅读+”激活文化消费的持续性和精准性。

走进引序书店厦门蔡塘店，约200平方米的空间内有95%的陈列都留给了书籍。书店

所属的福建知至文化有限公司董事苏珊娜说：“我们的定位是会员制折扣书店。”

会员所享受的权益除了三折起的购书价格优惠，还覆盖电影、戏剧、音乐会、魔术、脱口秀、古琴等更广阔的文化活动资源。自去年5月首家开业以来，引序书店已开出4家门店，会员人数超6000人。

如果说社群运营解决的是“黏性”问题，技术赋能则把“偶然路过”转化为“精准消费”。

江西吉安的相关书店运营负责人简丽华介绍，书店自2月引入AI智能推荐系统，构建起精准的用户画像，实现“千人千面”书籍推荐。“以前来书店总不知道选什么，现在系统会根据我常读的作者风格，推荐同类型的佳作，体验感特别好。”正在挑选书籍的读者陈菲说。

第五届全民阅读大会发布的《2025年度中国数字阅读报告》显示，5年间，大众数字阅读市场规模从302.5亿元增至594.76亿元，近乎翻倍，占比与增速均持续走高。技术正在把阅读从静态翻书变成可交互、可移动的全

新体验，读者每一次停留和点击，都可能转化为一次消费行为。

“‘阅读+’模式的升温，折射出人们不再只为单一需求买单，而是愿意为空间带来的沉浸感、为同好圈层的归属感、为片刻精神休憩的情绪价值付费。这一趋势映射出消费观念的深层转向。”天津百花文艺出版社总编辑汪惠仁说。

如何让“阅读+”场景更丰富？

南昌大学人文学院教授张新国表示，未来可进一步打破传统书店与商业消费之间的“墙”，让阅读与经济深度融合，推出更多“阅读+体验”套餐，让消费业态更丰富。

汪惠仁建议在地铁、医院、社区等碎片化场景布设微型阅读角，并与夜间经济、知识服务、文艺策展等深度融合，让书店从卖书场转变为串联多元消费场景的精神空间。

多位受访人士表示，做强阅读经济的核心不在于商业堆砌，而在于维护好书籍作为文化原点的那份纯粹感，用不可替代的在地文化与深度社群黏性，构筑起一个让消费者自愿为“精神生活”持续付费的良性生态。

# 今年“5·19中国旅游日” 活动期间拟投入 超10亿元惠民补贴

新华社北京4月23日电 今年5月19日是第16个“中国旅游日”。记者23日获悉，文化和旅游部从即日起至5月31日举办2026年“5·19中国旅游日”活动。活动期间，各地计划出台惠民举措超9000项，联动70余家合作单位，拟投入惠民补贴超10亿元。

在文化和旅游部当天举行的新闻发布会上，文化和旅游部市场管理司副司长李晓勇介绍，“5·19中国旅游日”活动统筹倒计时、主题日、主题月三大板块，层层递进、全域联动。主题月期间，将开展“整治旅游行业导游乱象、强制消费等问题”集中整治行动，维护市场秩序，营造良好消费环境。行业协会将加强行业自律，开展“5·19平安景区·风险防控行动”，重点景区和交通枢纽设立“5·19旅游服务驿站”，优化服务供给，为游客提供良好体验和安全保障。

今年主题日主场活动在广东省广州市举办。广州市人民政府副秘书长陈健华表示，5月19日晚，将在广州文旅新地标——广州塔举办启动仪式。广东省文化和旅游厅副厅长曾晓峰说，将指导全省各地出台“票根经济”优惠政策，游客凭机票、高铁票、大型赛事或演出门票等凭证，可在全省范围内享受专属优惠。

此外，主题月期间，中国旅游景区协会预计联动超200家旅游景区发布年度节庆活动及优惠清单。

中国旅游景区协会理事长霍建军说，将全年持续推进旅游惠民，号召旅游景区延续学生、老年人等特定群体常态化免费或半价政策，打造“欢乐消费季+地方特色节庆”活动，鼓励推出“景区+百业”组合优惠，预计全年惠及游客超6000万人次，旅游景区让利总额超2.1亿元。

# 穿一袭衣游一座城： 感受旅拍热背后的 文化消费升级

新华社太原4月23日电 春日的山西平遥古城，游客扮成“晋商大小姐”摇曳走在青石板路上；西安大唐不夜城，衣袂飘飘的唐风襦裙与红墙黄瓦相映成趣；北京太庙的古树下，身着明制汉服的情侣定格古风瞬间……眼下，穿一袭特色服饰游一座城，已成为新潮的文旅体验。

天眼查数据显示，目前我国现存旅拍相关企业超过6800家，今年第一季度新增近370家相关企业，月注册增速保持在51%以上。记者从平遥县有关部门了解到，仅平遥古城，提供特色服饰体验服务的店面就有近400家，吸纳化妆、摄影、修图师等相关从业人员3000余人，旺季单日单日营业额近10万元。

山西大同华严寺旁的一家古风旅拍馆负责人告诉记者，清明假期，每天拍“神仙服”“供养人”等风格服饰的游客有近百人，预计“五一”假期客单量会更多。“我们的客单价大约在500元，大家都愿意为了好的旅游体验和拍照体验买单。”

不同朝代、不同民族的服饰文化所展现的独特风韵，吸引着游客不断解锁打卡。来自马来西亚的游客张子瑜在大同约拍了尽量还原唐代妆造的“唐复原”，这是她五次在中国体验妆造。

“感受中国人真实的穿着打扮，仿佛穿越回那个历史时空。”张子瑜说，换装逛景区能使人更好融入当地文化。

美团数据显示，2025年高峰期旅拍订单量实现翻倍增长。2026年元旦假期，美团平台民族服饰旅拍交易额同比增长达130%。

山西大学生陈琦云打算在“五一”假期去新疆喀什古城体验维吾尔族少女的服饰。“我看过关于艾德莱斯绸制作技艺的纪录片，所以特别想穿着艾德莱斯绸裙子和当地人一起跳舞。”作为非遗爱好者，陈琦云热衷于体验各种民族服饰，身穿各族服饰的影像是她最深刻的旅行记忆之一。

画好精致妆容，穿上特色服饰，购买团扇、花灯等配饰道具，约拍专业摄影师，逛完景区后再去一家风格相符的茶馆或咖啡店，游客围绕换装体验可额外消费300元左右。

当下的旅游体验，已从看历史、听历史转变为“穿”历史。传统建筑、特色服饰与非遗元素相互交织，让文化变得更具可感可触，赋予“出片”更深层次的意义。

一地一风格，一城一服饰。特色服饰承载的已不仅是百亿级的商业价值，更是一个社会对自身文化根脉的自信与珍视。

业内人士认为，体验消费也需警惕同质化竞争、忽视文化体验与服务品质等问题，让人们切实感受到文化温度与精神共鸣。

# 重庆中欧班列 一季度发送班列 同比增长27%

据国铁成都局重庆铁路物流中心统计，今年一季度，重庆中欧班列共发送班列超200列，装车14000余车，较去年同期分别增长27%、25%。

截至目前，重庆中欧班列已稳定运行成熟线路53条，辐射39个亚欧国家的118个枢纽节点城市。货源品类从开行初期以笔记本电脑为主，逐步扩展至汽车整车、机械零件、日用百货、电子产品等上万种商品，成为“重庆造”走向世界的重要通道。

图为4月23日，一列装载汽车配件、机械机具等货物的中欧班列在重庆团结村站顺利发车（无人机照片）。新华社发



# 市县(区)协同共建品牌矩阵 “江门优品”聚力启航拓展全国市场

4月23日，“江门优品”与3个县(区)级行政区品牌(“新会优品”“开平优品”“恩平优品”)共同签署品牌合力合作协议，将以“江门优品”市级公共品牌为核心支点，串联新会、开平、恩平3个县(区)级优品产业轴线，全面整合江门五邑优质农特产品资源，推动侨乡特色好物抱团发展、走向全国，为深入实施“百县千镇万村高质量发展工程”、赋能乡村全面振兴筑牢品牌根基。此次签约是市国资委委实江门2026年品牌建设工作要点、做大做强知名品牌、推动“江门品牌”提质创优的重要落地举措。

品牌强则产业兴，协同方能行致远。长期以来，县(区)域特色产品存

在资源分散、品牌各自为战、渠道不通畅的发展短板，难以形成规模化市场竞争力。此次合作的底气，源于“江门优品”品牌矩阵的坚实基础，以及对市国资委关于国企品牌建设工作的坚决落实，江门发展集团始终将品牌建设作为推动产业高质量发展的重要抓手，部署要求旗下相关企业牵头整合区域优质品牌资源；作为江门市、市政府重点打造的市级行政区品牌，江门发展集团旗下江门农控集团运营的“江门优品”锚定标准化、品牌化、市场化发展方向，全力构建市县(区)两级行政区品牌协同体系，以实际行动推动“江门品牌”提质创优。

而“新会优品”“开平优品”“恩平优品”作为县(区)域特色产业公共品牌标杆，承载着各地地理标志产品、特色农产品与非遗手信的核心竞争力，是江门农业产业的重要支撑。此次签约打破区域壁垒与品牌发展界限，构建全域联动的品牌矩阵，通过点线面结合的发展模式，摒弃单打独斗的传统思维，让市级资源赋能县(区)域产业，以县(区)域特色充实市级品牌，实现1+3>4的品牌合力效应。

网络式扩张，核心在资源整合，关键在全域赋能。此次合作打通产品名录、供应商、销售数据三大核心链路，实现双标识共用、全渠道共享、全数据统算，让五邑大地的优质农特

产、侨乡手信告别分散经营，抱团形成产业合力。目前，“江门优品”品牌矩阵线上线下同步发展格局稳固。2026年一季度“江门优品”品牌矩阵持续提效升级，政企团购与全国展销双线发力，用户覆盖全国50余城，全渠道累计曝光达千万级规模。从单品推广到集群出击，从县域深耕到全国布局，江门以标准化品控、一体化运营、多元化渠道，将散落的优质资源串珠成链、聚链成网，真正让江门好物汇聚一堂，筑牢走向全国市场的坚实根基，让产业红利惠及更多群众，为县域经济注入持久动能，让“百县千镇万村高质量发展工程”在侨乡落地生根、开花结果。



新會優品



潮起大湾区，优品向未来。江门以市县(区)联动绘就品牌发展蓝图，以协同合力拓宽全国市场版图。此次深度携手，必将推动侨乡优品走出

五邑、享誉全国，以品牌强农之力书写江门农业农村高质量发展新篇章。(文/张浩洋)