女性占比 66.1%、跨城观演占比 47.8%！ 演艺“她经济”撬动文旅新链条

一张票根的旅程：她们爱上一场剧，奔赴一座城

今日女报 / 凤网记者 杨柳

“走，一起去看演出！”演出经济的火热，早已不只是假期限定。国家税务总局数据显示，今年国庆假期文化艺术服务销售收入同比增长 20.9%。一张演出票，正在串联起“观演 + 逛商圈 + 品美食”的跨城消费新动线。

中国演出行业协会 7 月发布的《2026 年上半年全国演出市场发展简报》显示，上半年全国营业性演出票房收入突破 304.08 亿元，观众人次达 9881.18 万；启信宝联合多家机构发布的《2026 中国演艺经济观察报告》显示，演艺消费受众中女性占比达 66.1%。

当“她们”成为观演主力，一场演出便不再只是舞台上的两小时，而是一座城市被重新发现、被再次消费的起点。

跨城奔赴：属于“她们”的文化选择

娄底观众沐沐有近 20 年观剧经历，年均看剧 10 场以上。今年国庆，她约上闺蜜专程来长沙，打卡话剧和脱口秀演出；此前，她还曾自驾去株洲看话剧。

“周末、假期走进剧场，是最放松的业余生活方式。”西安观众小新坐飞机来长沙，在她看来，跨城追剧不只是看一场戏，更像一场属于自己的文艺旅行。

永州观众小罗算了一笔账：门票 550 元、往返交通 350 元，加上聚餐，总花费近 2000 元，“喜欢一场演出，就愿意为这份热爱奔赴，顺带体验一座城市的烟火气”。

这份奔赴并非一时冲动。“大麦网”平台数据显示，2026 年剧场观众跨城观演占比升至 47.8%；中国青年报社联合问卷网调查显示，1500 名受访青年中，77.3% 愿意为一场演出跨城赴约，74.8% 会因“演出 + 旅游”优惠考虑就地游玩。



音乐会现场，观众沉浸式欣赏演出。

跨城观演队伍中，除年轻女性外，亲子家庭也是重要群体。湘潭宝妈晶晶偏爱“演出 + 观光”。不久前，她带两个孩子去岳阳看沉浸式剧目《今上岳阳楼》，“跟随剧情‘穿越’到古代，与范仲淹、李白、杜甫跨时空相遇，孩子们在身临其境中感受传统文化。”为这场演出，她规划了两天一晚行程：三张演出票近 400 元，景区住宿 600 余元，加文创、餐饮，总花费超 1500 元。观演是整趟旅行的核心，让家庭旅途不再只是观光，更收获文化滋养。

湖南多场大型演出，更直观印证了女性带来的跨城消费势能。以近期大型演出为例，2026 年 9 月谢霆锋长沙演唱会女性观众占比达 68.8%；回溯 2024 年长沙草莓音乐节，该比例同样高达 70%，印证了女性观演群体的稳定性。

票根之外：每 1 元门票可撬动 6.85 元关联消费

跨城观演拉动的不仅是剧场内的人气，更延伸出剧场外完整消费链条。据行业测算，大型演出消费带动系数达 1:6.85，即每 1 元门票可撬动 6.85 元“吃住行游购娱”关联消费。

剧场周边商圈的火爆是最直观体现。近日，今日女报 / 凤网记者走访长沙各大剧院及周边商圈发现，多场演出女性观众占比超五成。梅溪湖国际文化艺术中心旁的金茂览秀城多家餐饮店座无虚席，不少观众手持剧目宣传册，边用餐边等候开场。

“只要大剧院有演出，周末、节假日客流就会明显暴涨。”一名餐厅负责人说。观演前聚餐、散场后打卡，已成为很多观众的固定行程。在长沙荟聚购物中心，脱口秀剧场也为楼下奶茶店持续引流，吸引大量年轻客群。

一张票根，为何有如此带动力？湖南师范大学旅游学院教授刘颖洁认为，演艺领域“她消费”的崛起，标志着女性文化消费需求迭代升级。不同于美妆、服饰等实物消费，演艺消费同样承载审美表达与身份认同，但核心转向精神体验，更看重情绪共鸣、现场沉浸感与文化认同。一张演出票，购买的不只是文化服务，更是特定时空里独一无二的艺术体验。结伴观演、剧评交流、兴趣社群讨论，让剧场成为女性新的社交场域，在观演互动中建立同好之间的文化联结。

在刘颖洁看来，评估演艺经济价值，不能仅看门票营收。演出自带强大客流集聚效应，女性观众的观演习惯进一步放大“演艺 +”消费乘数效应。这种带动作用体现在三重维度：其一，跨城奔赴、结伴看剧，把单一文化消费拓展为复合型城市文旅消费；其二，剧场客流向外溢出，激活周边商圈，拉动餐饮、零售消费，提升商业空间活力；其三，女性乐于在社交平台分享观演感受、打卡现场，形成自发传播，持续擦亮城市文旅品牌。



《今上岳阳楼》座无虚席。剧组供图

湖南作答：好戏连台接住“她热情”

面对日益旺盛的观演需求和女性消费者投出的“信任票”，湖南不断推出优质剧目、扩容演艺空间。

记者了解到，今年中秋国庆双节假期，省演艺集团旗下各院团、剧场共计推出 126 场线下演出，覆盖长沙、株洲、怀化等地，包含话剧、脱口秀、沉浸式实景剧、国风戏曲创新剧目等。下半年湘江之滨好戏接续登台，梅溪湖国际文化艺术中心大剧院陆续推出原创音乐剧《她的海》、舞剧《龟兹》等；湖南大剧院上演话剧《红楼梦》《雷雨》等；橘子洲驻场演出《恰同学少年》、岳阳楼沉浸式走读剧场《今上岳阳楼》实现常态化演出，把湖湘山水与历史文脉转化为可“走入”的消费场景。传统剧场与山水实景双向拓展，让观众既可静坐观演，亦可移步入戏。

演艺供给载体也在加速扩容。截至 2026 年 6 月，长沙已建成演艺新空间项目 111 个，上半年演出 1.4 万场、观演超 360 万人次。大麦平台数据显示，长沙小剧场票房规模稳居全国第三，35 岁以下观众占比超七成。

火热的市场背后，是政策的持续托举与护航。早在 2024 年 9 月，湖南省文化和旅游厅、省公安厅、省市场监督管理局等七部门联合印发《关于进一步加强大型营业性演出活动规范管理 促进演出市场高质量发展的通知》，从优化演出审批管理、加强演出票务管理、加强演出现场管理、强化责任一体落实等四个方面入手，一手抓规范、一手促繁荣，为演出市场高质量发展清障搭台。2025 年出台的《演艺新空间十条》更进一步提出：三年培育 100 个小剧场，一次性补助最高 50 万元。2026 年 7 月，湖南省商务厅、省发展和改革委员会联合印发《湖南省培育服务消费新增长点实施方案（2026—2028 年）》，明确优化演出市场审批流程，支持长沙打造区域性演艺中心，鼓励在景区、商业综合体、历史街区建设“演艺新空间”，开发“演出 + 旅游”联票产品。从剧目引进到空间改造，从原创孵化到跨省巡演，湖南正为演艺产业持续发展和升级奠定坚实基础。

新消费提醒：为热爱奔赴，也要守住消费底线

跨城观演承载期待，但购票、出行、选购文创周边等环节暗藏消费风险。演艺消费属于精神文化消费，消费者应量力而行、理性追演；经营者应依法诚信经营、明码标价，不得虚假宣传、制造消费焦虑，共同维护演艺市场健康秩序。结合演艺消费常见隐患与投诉热点，湖南省消费者权益保护委员会发布消费提示：

理性甄别营销，谨防冲动消费。商家常借助限定场次、明星联名制造稀缺感，利用粉丝情绪助推抢购。观演者应提前规划预算，区分真实需求与跟风打卡，不被现场营销氛围裹挟，杜绝透支消费。未成年人及学生群体观演，家长应履行监护责任，防止以“追星”名义诱导未成年人超额消费；警惕“先享后付”“分期付款”“粉丝集资”等诱导性金融营销，避免年轻消费者陷入债务风险。

认准官方渠道，规避票务骗局。优先选择剧院直营、官方票务平台购票，警惕私下转票、黄牛溢价与“内部票”，切勿私下转账。购票时仔细核对演出场次、实名制要求及退改规则，防止买到假票。

仔细研读退改相关合同条款。购票即构成服务合同，经营者以格式条款排除消费者依法变更或解除合同权利的，该条款可能被认定为无效。跨城观演人群尤其需留意，注意实名制演出转赠、退票的时间节点限制；遭遇演出取消、场地变更或因不可抗力取消、延期的，可依法申请退款；个人无法到场，及时和平台沟通，并留存相关凭证。

留存消费凭证，依法理性维权。妥善保存订单截图、聊天记录、支付凭证等资料，跨城观演还应留存交通、住宿、餐饮等附带消费凭证，便于发生纠纷时举证。一旦发生纠纷，优先与商家协商；协商未果，可拨打 12345 政务服务便民热线或 12315 投诉举报，也可向消保委投诉，涉及诈骗的，应及时向公安机关报案，依法维护自身权益。

当更多女性为一场演出奔赴一座城，城市收获的不只是票房，还有被看见的文化气质、被激活的消费场景和被分享的情感认同。让热爱有回响，让消费更安心，演艺“她经济”才能从一时热度走向长久活力。