

演艺赛事举办的市场化机制研究——基于中小城市文旅产业内生造血的理论与范式探索

彭雄

中共遂宁市委党校，中国·四川 遂宁 629000

摘要：本文以遂宁市演艺赛事发展样本为切入点，从市场化运行逻辑重构、市场主体培育机理、IP 价值自循环机制、区域市场共生范式四个全新维度，解构中小城市演赛经济“不可持续”的机制性根源，力求构建适配中小城市体量、资源禀赋、市场能级的市场化自我造血体系，并为全国同类城市演赛产业高质量发展提供新的理论视角与范式参考。
关键词：演艺赛事经济；市场化机理；中小城市文旅

Research on the Marketization Mechanism of Performing Arts and Events — A Theoretical and Paradigm Exploration Based on the Endogenous Self-Sufficiency of Cultural Tourism Industries in Small and Medium-sized Cities

Peng Xiong

Party School of Suining Municipal Committee of the CPC (Suining Administration Institute), China Sichuan Suining 629000

Abstract: Breaking away from the traditional "problem-solution" paradigm of public administration research, this paper takes the development of performing arts and event economy in Suining City as a case study. From four novel dimensions—reconstruction of market-oriented operational logic, cultivation mechanisms for market entities, self-circulation mechanisms for IP value, and regional market symbiosis—it deconstructs the institutional root causes of the "unsustainability" of event economies in small and medium-sized cities. Furthermore, it constructs a market-oriented self-sustaining system adapted to the scale, resource endowment, and market capacity of such cities, offering new theoretical perspectives and paradigmatic references for the high-quality development of the performing arts and event industry in similar cities nationwide.

Keywords: Performing arts and event economy; Marketization mechanism; Cultural tourism in small and medium-sized cities

0 引言

遂宁市作为成渝地区文旅产业异军突起的新锐城市，演艺赛事活动频次、城市曝光度持续提升。但同时，也存在产业增长始终依赖外部推力，尚未形成市场自发增长的良性循环等问题。基于此，本文跳出传统实操及对策传统框架，聚焦市场化运行机理、产业内生逻辑、价值循环模式开展纯机制性研究，以区别于常规落地路径研究，构建全新的分析体系与研究范式。

1 推进逻辑重塑，解构中小城市演赛经济市场化失灵的底层机理

当前我国中小城市演艺赛事发展之所以普遍出现“政府输血不断、市场造血不足”的困境，其深层原因是市场化运行逻辑错位、风险收益机制失衡、产业价值闭环断裂

三大核心机理性缺陷。

1.1 运行逻辑错位，存在行政逻辑替代市场逻辑的问题

国内一线大城市与成熟文旅城市的演赛经济，始终遵循“市场需求—内容供给—消费转化—产业迭代”的市场化正向循环发展逻辑，活动举办频次、内容更新方向、业态延伸布局均由大众消费需求、市场盈利规律、产业发展趋势主导。反观广大中小城市，普遍存在发展逻辑倒置的突出问题，长期以行政考核逻辑替代市场化盈利逻辑，各类演艺赛事活动的策划落地，优先考量城市品牌热度、文旅宣传效果、年度考核指标完成情况，而非项目本身的市场盈利性、产业带动性与长期可持续性。由此导致区域内大量演赛项目本质属于“政策性任务项目”而非纯粹的

“市场经营性项目”，市场主体参与无利可图、成长无空间、深耕无动力，参与积极性持续低迷，最终形成政府大包大揽、单打独斗，市场被动观望、参与不足的发展僵局。

1.2 机制设计失衡，存在风险与收益的结构性错配的问题

中小城市现行的演赛合作机制普遍存在结构性缺陷，形成了风险单边承担、收益单向外流的失衡格局。具体而言，地方政府全额承担场馆建设改造、活动经费投入、现场安保运维、舆情风险处置、基础设施配套等全部运营成本与综合风险，而参与项目运营的市场主体，尤其是外来头部运营机构、演艺团队独享项目票务、招商、运营等核心收益。本地仅能获得短期瞬时人流热度，无法留存产业利润、专业技术、运营团队与核心产业资源。这种权责利不对等的合作机制，从根源上挫伤了市场主体长期深耕、持续投入、迭代升级的意愿，直接造成中小城市演赛产业的现实困境。

1.3 价值链条断裂，存在流量与产业的转化闭环缺失的问题

当前中小城市演赛发展普遍存在流量闭环断裂的核心问题，依靠行政资源撬动、财政资金投入导入的短期瞬时客流，缺乏本地化消费场景承接、城市 IP 深度绑定、全链条业态沉淀转化的有效载体，最终形成“人流过境、价值外流、热度快速消散”的一次性流量经济模式。

2 推进主体重塑，构建市场自主生长的演赛产业主体生态

区别于传统研究单纯聚焦“扶持中小企业、搭建服务平台”的表层对策思路，本文从市场主体培育底层机理出发，系统性构建“去行政化、强市场化、可自生、可自愈、可生长”的现代化演赛产业主体培育体系。

2.1 推动运营主体从“行政代办”向“市场自治”转型

中小城市演赛产业运营主体普遍以国有文体旅平台公司为主，长期依附行政体系，行政属性过重、市场属性严重不足，导致项目运营过程中过度侧重安全维稳、流程合规、任务完成，忽视市场效益、盈利创收、产业变现。市场化机制重构的核心突破口，是彻底剥离国有平台的行政代办、事务性履职职能，赋予其独立完整的市场法人地位、充分的自主经营权、灵活的收益分配权与对等的风险承担权，推动平台公司彻底转型为自主参与市场竞争、主动追求产业增值、独立承担市场风险的专业化市场主体。通过健全现代化企业管理制度、推行市场化薪酬考核体系、落

实绩效收益绑定机制，全方位破除体制机制桎梏，有效解决国有运营主体“不敢闯市场、不会做运营、不愿抓盈利”的市场化发展短板。

2.2 培育本土民营主体“自生能力”而非“依附能力”

新时代市场化培育逻辑需要彻底转变扶持思路，全面从“输血式扶持”转向“赋能式培育”，减少直接性项目补贴、指令性资源分配，聚焦本土企业发展短板，通过常态化技术传导、系统化经验沉淀、定向化人才培育、普惠化设备共享、开放式场景供给等多元方式，全方位补齐本土企业专业化、标准化、市场化运营短板。依托市场实战历练、头部机构传帮带教、行业标准输出落地，助力本土企业逐步具备独立承接市场化演赛项目、自主对接全国市场资源、自主创新盈利模式的核心能力，彻底摆脱对政府项目、政策补贴的深度依赖。

2.3 构建优胜劣汰的市场化主体迭代机制

健康可持续的演赛产业生态，必须具备市场自主迭代、优胜劣汰的动态筛选功能，实现产业主体梯队的良性更新。打破传统以企业规模、从业年限、资质等级为核心的固化评价标准，建立以市场口碑、盈利能力、消费转化效率、服务质量水平、产业贡献度为核心的科学化市场主体评价体系。对市场化运营能力突出、能够持续创造产业价值、带动本地消费升级的优质市场主体，给予市场资源倾斜、专业平台赋能、产业渠道对接；对运营模式老旧、同质化竞争严重、服务品质低下、无法适配市场需求的低效主体，通过市场机制自然出清、逐步淘汰，形成“优者更强、劣者淘汰、动态更新”的良性迭代生态，持续净化、规范本土演赛市场经营环境。

3 推进价值重塑，打造本土 IP 永续增值的市场化自循环体系

本文跳出传统研究中“打造特色节庆、升级舞台演艺、丰富体验场景”的表层内容建设思路，立足市场化长效运营视角，构建完整的 IP 价值市场化自循环长效机制，实现文化内容自主生长、IP 价值自主增值、产业体系自主升级。

3.1 建立文化资源市场化转译机制

中小城市大多拥有底蕴深厚、特色鲜明的本土文化资源，但普遍存在“资源储量丰富、文创产品稀缺、市场价值偏低”的突出问题，其核心症结在于缺失科学完善的市场化转译机制，简单将原生文化资源等同于成熟文旅产品，脱离市场消费需求。必须建立以“市场需求为核心导向”的文化资源转化逻辑，精准研判年轻主流客群的消费偏好、

文旅行业市场流行趋势、城市整体气质定位,对遂宁宋瓷、涪江流域文化、巴蜀杂技等优质本土文化基因,进行现代化创意改编、市场化产品重构、潮流化形态升级,实现传统静态文化资源向市场化文旅产品、城市独家 IP、沉浸式体验场景的高效转化,有效破解本土文化“有深厚底蕴、无市场流量、无产业收益”的发展痛点。

3.2 构建 IP 价值多层级增值体系

彻底打破单一舞台演艺观赏的浅层价值模式,深度挖掘本土 IP 的多元价值,构建“IP 内容价值、IP 场景价值、IP 授权价值、IP 衍生价值、IP 品牌价值”五位一体的多层级增值链条。通过本土 IP 常态化驻场展演、主题活动持续落地,实现 IP 内容长期曝光传播;通过沉浸式场景落地、全域业态融合,实现游客体验价值升级;通过市场化 IP 授权、跨界联名合作,实现产业跨界增值扩容;通过文创周边、数字藏品、主题衍生品开发,实现流量长效变现;通过长期 IP 运营沉淀城市品牌,实现城市文旅价值溢价。推动本土 IP 从单一的“一次性演出产品”,转型为可持续运营、可不断增值的“持续性资产性资源”,形成越运营越成熟、越传播越引流、越落地越增值的正向循环格局。

3.3 形成淡旺季自我平衡的市场调节机制

传统文旅行业淡旺季平衡思路多为“新增活动、补齐淡季空白”,属于被动填补、行政干预式思维,治标不治本,难以从根本上解决周期性波动问题。真正的市场化平衡逻辑,是依托市场规律实现自我调节、产品自我适配、客群自我分流、收益自我平衡。依托丰富多元的本土 IP 产品矩阵,精准划分旺季流量引流型产品、淡季深度体验型产品、日间大众观光型产品、夜间沉浸式休闲型产品,通过动态市场化定价、常态化内容迭代、差异化场景切换、精细化客群分层,科学调节全年市场供需结构,实现淡季补缺口、旺季提效益的全年均衡发展,无需依靠行政手段强行造节、刻意造势,从市场化底层破解文旅产业淡旺季失衡、收益周期性波动的行业难题。

4 推进格局重塑,构建非对称错位的区域市场共生范式

本文立足市场化格局重构视角,构建非对称错位、差异化共生、互补式共赢的区域市场化发展新范式,助力中小城市跳出内卷困局,开辟专属独立市场赛道。

4.1 重构区域竞争逻辑,从同质内卷到错位赛道

成渝双城作为西部文旅核心枢纽,集聚了全国顶级流量资源、大型高端赛事、头部演艺机构、优质行业人才,中小城市与其开展正面同质化竞争,不具备任何市场化优

势,极易陷入低水平内卷。市场化突围的核心路径,是主动放弃同质化比拼赛道,精准立足自身特色资源与成本优势,建立差异化、专属化的市场定位,聚焦成渝市场空白的小众精品演艺、沉浸式体验业态、本土民俗特色展演、夜间轻休闲演艺、中小型精品赛事等细分赛道,打造专属区域特色的市场生态。通过赛道差异化布局、内容独家化打造、场景特色化塑造,有效避开核心城市的资源碾压与流量挤压,形成不可替代、独具优势的区域细分市场核心竞争力。

4.2 重构区域合作逻辑,从被动接溢到主动共生

彻底摒弃传统发展中“被动承接成渝外溢客流”的浅层、被动思维,全面构建双向赋能、互补共赢的区域产业共生逻辑。充分依托遂宁地处成渝几何中心的区位优势、低成本运营优势、山水生态场景优势,与成渝核心城市形成梯度化、差异化产业分工格局,打造“大型顶级赛事落地核心城市、中小型精品演艺落户遂宁,品牌流量曝光依托核心城市、深度休闲体验落地遂宁,商务高端观演集聚核心城市、大众休闲度假消费留存遂宁”的良性产业分工体系。将发展模式从单纯承接零散外溢客流,升级为承接细分产业环节、承接特色配套生态、承接轻量化演艺赛事,深度嵌入成渝演赛全产业链条,实现区域产业功能互补、资源互通、价值共生。

4.3 重构区域市场逻辑,从单次联动到生态互通

打破以往浅层化、碎片化、单次性的区域活动联动模式,摒弃临时合作、短期联动的低效格局,构建常态化、制度化、市场化、生态化的成渝遂三地资源互通体系。全面推动三地演赛市场主体互通互访、产业资源共建共享、客群资源双向导流、运营经验互学互鉴,搭建跨区域市场化协作网络与产业联盟。通过常态化生态级互通合作,持续导入外部优质市场资源、先进运营理念、成熟商业模式,倒逼本土演赛市场持续迭代升级、补齐短板,构建对外开放引流、对内激活赋能的市场化发展全新格局。

5 结语

中小城市演艺赛事经济的高质量可持续发展,核心不在于活动数量的盲目增加、政策扶持的持续加码、硬件设施的重复升级,而在于市场化机制的系统性重构与产业内生增长逻辑的根本性转变。

对于遂宁市而言,建设成渝演艺赛事第三城的核心,本质是一场针对文旅产业的市场化机制深度改革。唯有彻底摆脱行政依赖的发展惯性、重塑市场化运营主体、激活本土 IP 长效价值、重构区域差异化发展格局,才能真正实

现从“政府主导办演赛”到“市场自主做产业”的根本性质变,有效摆脱短期流量发展困境、破解产业空心化难题,为全国中小城市依托演赛经济实现文旅高质量发展打造可复制、可推广的全新范式。

参考文献:

- [1] 厉新建,潘冰,张辉等. 文旅融合背景下节庆赛事与城市品牌塑造——基于事件系统的分析[J]. 旅游学刊, 2022, 37(5): 16-30.
- [2] 魏鹏举,郭旻. 从“流量”到“留量”:演出演艺产业价值链延伸与商业模式创新[J]. 中国人民大学学报, 2021, 35(4): 72-82.
- [3] 保继刚,杨昀. 节事旅游与目的地社会—经济影响研究进展及中国化议题[J]. 地理研究, 2020, 39(11): 2449-2464.
- [4] 徐海军,孙业爽,刘俊. 城市演艺产业发展动力机制与空间布局研究——以北上广为例[J]. 经济地理, 2021, 41(8): 183-191.
- [5] 王笑宇,邹统钎. 文旅融合视域下文化演艺产品供需错配与市场化供给路径[J]. 当代经济管理, 2023, 45(2): 68-76.

基金项目: 此为遂宁市哲学社会科学重大课题(揭榜挂帅类)立项课题《建设继成渝之后的演艺赛事第三城建设路径研究——探索演艺赛事举办的市场化机制》的阶段性研究成果。

作者简介: 彭雄(1984.04-),男,汉族,四川大英人,中共遂宁市委党校经济学教研部(绿色发展研究中心)讲师,硕士研究生,研究方向:经济学,文旅融合。