

# 遂宁市建设继成渝之后的演艺赛事第三城的优化路径研究

彭雄

中共遂宁市委党校, 中国·四川 遂宁 629000

**摘要:** 遂宁市建设继成渝之后的演艺赛事第三城存在市场机制不完善、本土 IP 缺位等 5 个方面的问题。针对这些问题, 本文给出的优化路径是深化政企协作、丰富内容供给、延伸产业链条、深化区域协同、强化数字赋能。

**关键词:** 遂宁市; 演艺赛事; 优化路径

## Research on the Optimization Path of Suining City's Construction as the "Third City" for Performing Arts and Events Following Chengdu and Chongqing

Peng Xiong

Suining Municipal Party School, China Sichuan Suining 629000

**Abstract:** In the process of building itself into the "third city" for performing arts and events following Chengdu and Chongqing, Suining City faces five major bottlenecks, including imperfect market mechanisms and a lack of local IPs. To address these issues, this paper proposes an optimization path focusing on deepening government-enterprise collaboration, enriching content supply, extending industrial chains, strengthening regional synergy, and enhancing digital empowerment.

**Keywords:** Suining City; Performing arts and events; Optimization path

### 0 引言

遂宁市正着力建设继成渝之后演艺赛事第三城(以下简称“演艺赛事第三城”), 通过前期政策完善、机制创新、硬件投入、市场培育等举措取得了巨大成就。但仍存在以下系列制约瓶颈, 需要在路径上进一步优化完善。

### 1 遂宁市建设演艺赛事第三城的制约瓶颈

#### 1.1 市场化运营机制不健全, 财政依赖度较高

一是政企责权边界不清。地方政府与市场主体之间尚未形成“风险共担、利益共享”的紧密共同体。存在“政府热、企业冷”的现象, 部分项目过度依赖政府财政补贴, 企业缺乏自我造血功能。

二是平台公司转型滞后。市属文体旅平台公司虽承担了场馆运营职能, 但对产业链上下游资源的整合能力与专业化运营能力还较弱, 场馆利用率和非演赛时段商业价值挖掘不足。

三是政策工具较为单一。现有扶持政策多以事后奖励为主。缺乏股权投资、绩效对赌等市场化激励约束手段, 难以筛选出真正优质的运营商, 导致财政资金使用效率有待提升。

#### 1.2 内容供给侧结构性矛盾凸显, 本土 IP 缺位

一方面, 本土特色 IP 培育滞后。对宋瓷、涪江、观音等独有文化资源的创意转化能力不足, 难以支撑“淡季不淡”的全时段消费需求。

另一方面, 产品结构单一。现有活动多以单点式演唱会、节庆活动为主, 缺乏沉浸式、互动式体验项目, 难以有效满足年轻群体对“社交+体验”的复合需求。

#### 1.3 产业链条延伸不足, “流量变现”能力弱

一是消费场景割裂。演艺赛事与本地餐饮、住宿、购物、交通等关联产业的联动机制不畅。观众“看完即走”现象普遍, 缺乏有效的消费引流载体和联票激励机制。

二是本土配套能力薄弱。本地文创开发、舞台搭建、活动执行等配套企业规模小、专业度低。例如, 大型项目多被外地团队“包揽”, 导致大部分利润随外地团队流出, 未能实现“利润在地留存”。

三是衍生产品开发滞后。缺乏对演艺赛事 IP 的二次开发和授权运营, 周边产品、数字藏品等衍生消费几乎空白。

#### 1.4 区域协同发展层级较低, 错位优势不明显

一是同质化竞争加剧。与绵阳、南充等周边城市在

争夺演赛资源上存在同质化竞争,尚未形成差异化的功能定位。

二是外溢承接能力不强。针对成渝两地大型场馆饱和、成本高企的外溢需求,遂宁尚未建立起专门的承接机制和配套政策,错失了分流成渝客源的良机。

三是区域联动机制缺失。与成渝两地在票务互通、客源互送、联合营销等方面的实质性合作较少,尚未真正融入成渝演艺赛事“一小时生活圈”。

### 1.5 数字赋能水平滞后,智慧化服务体系待完善

一方面,智慧服务平台缺位。缺乏全市统一的演艺赛事综合服务平台,票务、场馆、交通、消费等信息碎片化,用户体验不佳。

另一方面,数字营销精准度低。对观众画像和消费行为数据分析不足,营销手段仍停留在传统媒体投放,难以触达目标客群。

## 2 高质量建设演艺赛事第三城的优化路径

我们不能再走“政府砸钱、企业站台、热闹一阵”的老路。要把建设第三城从一项“行政任务”转变为一门“赚钱生意”。必须坚持以市场化改革为突破口,把政府和企业的关系从“上下级”变成“合伙人”,通过机制创新把各方积极性真正调动起来,蹚出一条可持续的发展新路。

### 2.1 构建利益捆绑机制,深化政企协同,破解补贴依赖困境

要着力建立“激励约束并重、风险收益共担”的市场化新机制,从根本上激发市场主体的长期投入意愿,实现从“政府输血”向“企业造血”的根本转变。

一是创新政企合作模式,变“补”为“投”。借鉴苏州“要素入股、股权合作”的先进经验,对带动本地消费效应明显的重点项目,政府逐步退出单纯的现金补贴模式。具体操作上,由市级国有文化公司代表政府,以核心场馆15-20年的特许经营权、全市户外广告阵地使用权、官方媒体宣传矩阵等稀缺资源作价入股,与社会资本共同成立混合所有制项目公司(SPV)。在股权协议中明确约定“反哺条款”,即在项目收回投资成本并实现盈利后,提取净利润的30%用于定向用于本土文化IP的深度开发与本地产业的迭代升级,形成“投入—收益—反哺”的正向循环。同时,由市文体旅部门牵头,联合市级平台公司、头部主办方及本地龙头企业组建“演赛产业联盟”,制定统一的服务标准与利益分配规则,强化政企社三方的长期深度绑定。

二是优化政策工具箱,设立产业母基金。整合现有分

散在文旅、商务、体育等领域的奖补资金,设立总规模不低于2亿元的“文体旅产业发展母基金”。改变以往“事前给钱”的做法,采取“母基金+子基金”的运作模式,对优质项目实行股权投资而非一次性补贴。设定清晰的绩效考核指标(KPI),如年观演人次不低于10万、本地二次消费占比不低于40%、税收贡献率等。建立“绩效对赌+股权回购”的刚性机制:若项目连续两年未达标,政府有权按本金加一定利息回购股权,既保障了财政资金的安全,又倒逼企业精耕细作。

三是升级平台公司功能,推行职业经理人制度。推动市属平台公司彻底剥离行政职能,聚焦“专业化运营、资源整合、项目孵化”三大核心使命,实现从“行政代办”向“市场运营”的根本性转变。大胆引入市场化选聘机制,面向全国招聘场馆总经理及核心运营团队,实行年薪制与业绩考核挂钩,打破“铁饭碗”。借鉴青岛经验,积极拓展场馆多元化盈利渠道,除承接常规演艺赛事外,大力拓展企业年会、商业展览、电竞比赛、网红直播基地等业态,力争将非演赛时段的场馆利用率提升至60%以上,有效摊薄运营成本。

### 2.2 完善内容供给机制,深耕本土IP,打造“驻场+节庆”双轮驱动模式

构建“驻场常态化、节庆特色化”的内容供给体系,推动演赛经济从短期的“流量型”向长期的“价值型”跃升,解决“平时没人、节庆扎堆”的结构性矛盾。

一是实施本土IP“孵化工程”,打造现象级产品。深度挖掘遂宁独有的宋瓷文化、涪江文化、观音文化等资源禀赋。建议设立500万元的“本土IP创作专项奖”,面向全球征集剧本和创意。组建由民俗专家、专业运营团队及市民代表构成的专项攻坚团队,匠心打造“宋瓷美学沉浸剧”“涪江夜游实景演艺”“遂宁杂技驻场秀”等专属IP。邀请国内一流专业团队进行市场化包装与推广,在圣莲岛或重点商圈推出常态化(每周末)驻场演出,逐步降低对外部头部IP的过度依赖,让游客“为一台戏,赴一座城”。

二是构建“四季全时”节庆体系,熨平淡旺季波动。借鉴青岛、杭州等地经验,紧扣季节时令打造特色节庆IP,实现“全年有活动、四季有亮点”。春季举办“宋瓷文化节”,深度融合宋瓷鉴赏、非遗手作、茶席体验;夏季推出“涪江水上音乐节”,结合夜游经济、露营文化与水上运动,打造川中最大的亲水派对;秋季打造“巴蜀演赛嘉年华”,汇聚多元演艺与民俗展演;冬季举办“室内精

品展演季”，推出沉浸式戏剧与非遗庙会。通过四季轮动，有效破解文旅淡季旺季失衡难题。

三是强化内容创新驱动，营造沉浸式体验场景。鼓励推出互动式、沉浸式演艺赛事新产品，借鉴西安“不倒翁”等场景营造经验，将宋瓷元素、涪江风光巧妙融入演艺赛事场景。重点打造“观音湖宋瓷沉浸式体验街区”，利用AR/VR技术还原宋代龙窑烧制场景，实现“游客即参与者、景区即舞台”的深度互动。同时，建立演赛内容负面清单制度，严格规范审核机制，坚决杜绝低俗化、同质化内容，悉心守护遂宁城市品牌形象，让每一场演赛都成为彰显遂宁文化魅力的“流动名片”。

### 2.3 构建生态培育机制，延伸产业链条，推动利润在地留存

构建“演赛带动、产业联动、利润反哺”的生态闭环，让演赛带来的巨大流量真正转化为本地产业的实实在在的增量，防止“富了老板、穷了地方”。

一是延伸产业链条，实施“演赛+”融合行动。纵深推动“演赛+餐饮”“演赛+住宿”“演赛+文创”的跨界融合。由商务局牵头，制定《遂宁演赛消费推荐商户标准》，对达标商户授予“遂宁演赛推荐”标识。在演赛场馆周边高标准打造“演赛消费集聚区”，引入本地特色美食、非遗手作、农特产品等优质商户。推出“一票通”联票系统，观众凭演赛门票可在合作商家享受折扣，政府根据引流效果对商家给予实质性的物流或税收奖励，有效引导观众延伸消费链条。

二是培育本土配套企业，实施“青苗计划”。重点扶持本地文创、舞美、搭建等企业成长。设立1000万元的“演赛配套企业发展基金”，通过“师带徒”的传帮带模式，强制规定凡是政府主办的项目，通过“师带徒”提升本地企业资质后，由本地企业承接，并由引进的头部主办方对本地企业进行专业技术指导和资源精准对接。严厉打击外地团队恶意压价竞争，保护本地市场环境，推动本地企业快速成长壮大，逐步摆脱对外部团队的过度依赖。

三是优化消费场景体验，打造“遂心礼”品牌。完善场馆周边的交通路网、停车配套及便民服务设施，开通场馆至高铁站、热门商圈的免费接驳专线。依托遂宁中央商务区或仁里古镇，打造集展示、销售、体验于一体的“遂宁文创旗舰店”，开发宋瓷书签、观音绣、舍得酒礼盒等高附加值伴手礼。借鉴杭州“演赛+电商”模式，充分利用直播带货、线上预约等数字化手段，拓宽消费转化渠道，让观众离遂后仍能持续消费，显著提升产业附加值。

### 2.4 深化区域协同机制，融入成渝格局，打造错位互补发展空间

构建“错位互补、资源共享、协同发展”的区域协同新机制，跳出遂宁看遂宁，在成渝双城经济圈的宏大格局中寻找定位。

一是精准承接成渝外溢资源，打造“卫星场馆”。针对成渝两地大型演赛场地资源紧张、办赛成本偏高的痛点，主动对接成渝头部演赛机构，量身定制“成渝外溢项目专属扶持政策”，凡是成渝主场场延伸至遂宁的分会场项目，给予场地费全免、安保费用补贴50%的优惠。积极承接双城无法容纳的中小型演赛项目、明星训练营、排练基地等，全力打造成渝演赛配套服务基地，实现“成渝办大型、遂宁办中型”的错位发展格局。

二是建立成渝遂“一卡通”联动机制。积极与成渝两地文体旅部门、演赛机构签订深度协同合作协议，建立“演赛资源互通、人才交流互鉴、票务互认互惠”的长效机制。探索推动发行“成渝遂演赛通卡”，持卡用户在三地购票享受折扣，积分通用，并享受三地公共交通、景区门票的互通优惠。依托遂宁便捷的交通枢纽优势，协调铁路部门增开“成渝遂演赛周末专列”，实现“一张票游三地”，吸引成渝市民周末来遂观演消费。

三是打造区域合作样板，共建“巴蜀文旅走廊”。主动对接川内南充、绵阳等兄弟城市，联合举办跨区域演赛活动，共同打造“川中演艺赛事经济联盟”。联合成渝两地共同申报国家级“巴蜀演艺赛事协同发展试验区”，积极争取特殊政策，将遂宁深度纳入成渝文化发展的红利圈，提升区域话语权。

### 2.5 强化数字赋能机制，提升运营效能，构建智慧化服务体系

全面推动演赛经济的数字化转型，以数字技术提升运营效率、消费转化能力和服务水平，解决信息不对称问题。

一是搭建“遂心办”智慧演赛云平台。整合全市演赛票务、场馆预订、消费引导、投诉处理等核心功能，打造“一站式”智慧服务平台。打通与“天府通”“渝快办”的数据接口，实现跨区域票务互通、信息实时共享。利用VR/AR技术，提供场馆云游、座位优选等服务，提升用户体验。

二是推动数字营销升级，实施精准画像。充分利用大数据分析技术，建立遂宁演赛大数据中心。精准描绘观众消费画像，区分“追星族”“亲子家庭”“银发族”等不同客群，实现演赛信息和本地消费优惠的精准推送。实施

“百名网红探遂宁”计划，借助抖音、视频号等新媒体平台，通过短视频、直播等年轻化形式扩大品牌影响力，形成“官方宣传+民间传播”的立体化宣传矩阵。

三是完善数字监管体系，建立统计监测制度。利用大数据、物联网等前沿技术，对演赛场馆的人流密度、消费数据等进行实时动态监测，实现人流科学调度与安全保障的精准化管理。建立《遂宁市演艺赛事经济统计监测报表制度》，定期发布《遂宁演赛经济发展蓝皮书》，用数据说话，为政策优化调整和项目科学决策提供坚实的数据支撑。

#### 参考文献：

[1] 中共遂宁市委. 关于加快推进文化旅游体育深度融合发展做实引客入遂产业支撑的决定[Z]. 2025-08-15.

[2] 晏雄, 赵泽宽. 文化旅游融合发展: 理论、路径与方法[M]. 北京: 中国旅游出版社, 2022.

[3] 中国演出行业协会. 2025年全国演出市场年度报告[R]. 北京: 中国演出行业协会, 2026.

[4] 魏鹏举. 演出经济从“流量”到“留量”的产业链延伸逻辑[N]. 中国艺术报, 2026-01-21(002).

基金项目: 该研究报告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。