

智能技术力推“票根经济”乘风而起

▶ 本报记者 孙庆阳

“我提早一天就过来了,看演唱会之前顺道‘薅’了雁荡山景区旅游半价票,看山山水水。”2026年5月中旬,一张周杰伦“蜗牛·温州”演唱会的票根,让来自北京市的歌迷小林决定提前出发。凭借这张票根,他不仅看了一场周杰伦演唱会,还在雁荡山、百丈漈景区享受门票半价优惠,他和朋友两人合计节省费用两三百元。近两年来,“票根经济”正从文旅行业新概念迅速走向全域普及。“为一场演唱会奔赴一座城”已成为不少年轻人的消费新常态。原本一次性消费的瞬时热度正通过票根这一载体,串联起整座城市的餐饮、住宿、休闲娱乐等多元业态。

缘何成为新“风口”

“以前文旅消费经常冷热不均。”商务部国际贸易经济合作研究院研究员周密表示,热门演唱会、电影虽然一票难求,但游客过去往往看完就走,这也导致当地消费峰值集中、缺乏延续性。“‘票根经济’本质是要化解这种不平衡,让流量能够变现、持续扩散从而带动其他服务

业发展。”

“‘票根经济’源于消费者需求变化。”携程研究院行业分析师方泽茜分析认为,游客已从传统的看风景转向找体验与价值共鸣,愿意为一首歌、一场球、一次展览奔赴一座城。携程数据显示,长假期间异地观演订单占比已达70%,热门演唱会周边酒店预订量平均上涨三成以上。

方泽茜认为,传统文旅消费模式存在流量大、留量小等痛点,赛事或演出的瞬时热度往往是一次性消费,周边二次消费占比偏低。而“票根经济”的价值在于,将单次游览延伸为多次消费体验从而实现从过路式出行向过夜型停留的转变,空间维度从单一场景向一票通全城的消费生态拓展。

美团此前发布的数据显示,“苏超”开赛前一周,江苏省文旅预订量同比增长14%，“扬州足疗”搜索量环比增长近182%。

业内人士表示,“票根经济”成为“风口”,本质上是体验经济在文旅场景中进一步深化。消费者希望通过一张票根,把出行延展成完整的城市吃喝玩乐体验。

从数据看消费延伸

票根不是静态凭证,而是动态入口。当活动散场,那张小小的票根,正成为点亮一座城市“吃住行游购娱”消费热情的重要引擎。

例如,携程从3个层面切入:以头部IP为抓手,打造内容即人口的引流;以技术平台为底座,实现票务一出行一住宿一周边体验的完美衔接;以当地文化为融合点,挖掘地域特色IP。基于此,携程推出音乐文旅IP,在哈尔滨冰雪大世界成功打造跨年演唱会。

在赛事活动中,消费外溢更加显著。美团数据显示,4月11-12日“苏超”扬州主场比赛期间,当地洗浴订单交易规模同比增长近六成,足疗订单环比增长近两成。“看苏超享扬州非遗搓背套餐”环比交易规模增长超四倍。从整个江苏省看,扬州市异地用户休闲娱乐交易环比增速位居第一。

宿迁市借“苏超+项羽”话题出圈。据了解,项王故里景区推出10天免票福利后,门票

预订量比去年同期增长近40倍;“五一”假日期间预订量同比增长120%。

音乐节场景方面,美团数据显示,“五一”假日期间音乐节跨城消费用户中八成在目的地产生餐饮、休闲游玩等多类消费。“超级银河左岸音乐节”带动泸州市酒店民宿预订量同比上涨40%，“太湖湾音乐节”带动常州市酒店民宿预订量同比增长8%。“应援妆”搜索量同比增长375%。“票根经济”通过数字平台,将搜索、预订、到店履约和口碑传播串联为完整链路。

打造长效机制

“‘票根经济’要真正发挥作用,首先必须是一个可确认的载体。”周密认为,作为流量入口,这一载体应该可以被重复使用。同时,要识别用户的真实需求,而不是“有什么就强行推销什么”。

周密坦言,当前不少地方仍是“有什么就卖什么”。此外,不少地方缺乏对演唱会、体育赛事主办方的激励机制。

周密认为,应建立一套“预判—分析—监测—回顾—改进—优化”全流程模式,同时鼓励有效创新,不断提升区域品牌价值。

方泽茜表示,企业的做法是以平台之力将瞬时流量转化为可持续的消费动能,将演唱会、体育赛事与机票、酒店、地面体验打包为一体化产品。

智能技术正在改变游戏规则。据了解,携程已整合票务、酒店、出行等资源,实现智能调度。携程展演频道“00后”订单占比达30%,年轻用户占比从去年的27%跃升至51%。

“数字技术的深度介入为‘票根经济’升级提供了可能。”周密认为,一方面技术赋能提供更多经济维度、要素维度、影响维度;另一方面降低伪造、仿冒、黄牛等问题。但要把技术真正赋能转化为实际利益,需要形成合力。

“政府部门要处理好‘票根经济’的波动性,完善基础设施和环境保障,让政策法规合理、有效;企业则要在政府部门引导下获得价值的长期化提高,形成协同发展的联盟关系。”周密说。

本报讯 从爆款AI(人工智能)短剧《冠军侯:霍去病》全网升温到新锐影视企业聚力入驻,一批原创作品接连出圈,咸阳高新区正从短剧拍摄高地,加速走向AI影视创作高地。

AI赋能经典爆款短剧彰显文化新活力。

“匈奴未灭,何以家为?”2000年前少年战神霍去病的壮志豪情,如今正通过AI技术生动重现。由咸阳高新区企业聚梦悠咕打造的原创AI动画短剧《冠军侯:霍去病》自2026年2月初上线以来热度迅速飙升,截至目前观众突破4000万,该剧成为现象级爆款作品。

以正史为脉络,敬畏历史、匠心创作,《冠军侯:霍去病》以AI技术还原大漠孤烟、沙场厮杀、封狼居胥等恢弘场景,让观众在震撼的视觉体验中感受英雄气概与家国情怀。从剧本打磨到AI生图、分镜渲染,高效的创作模式背后,是咸阳高新区AI影视技术的硬核实力,更是传统文化在数字时代的创新表达。这部作品不仅验证了AIGC(人工智能生成内容)影视工业化路径的可行性,更让“咸阳高新造”的AI文创影响力辐射全网。

新锐力量入驻增添产业新动能。

中国西部AI创新港,是咸阳高新区培育数字经济、发展新质

“咸阳高新造”AI影视爆款火出圈



陕西三科华誉影视传媒有限公司员工工作场景

咸阳高新区供图

生产力的核心载体。依托完善的产业生态、强劲的算力支撑与优厚的扶持政策,中国西部AI创新港持续集聚AI影视领域企业。陕西三科华誉影视传媒有限公司(以下简称“三科华誉”)也在此落地发展,为咸阳高新区AI影视产业集群注入新鲜活力。

作为AI影视文创赛道的实干型企业,三科华誉深耕AI数字内容全产业链布局,聚焦AI短剧

定制承制、自有IP孵化、AI电影工业化制作、全品类广告创意制作四大核心板块,具备广播电视节目制作、电影发行等全品类经营许可资质。

三科华誉秉承“技术落地+内容创新”双驱理念,推出AI喜剧《蓝星丛林圣火令》,凭借幽默犀利的情节和深刻的寓意成为又一爆款。入驻中国西部AI创新港后,三科华誉依托该创

新港的XR(扩展现实)虚拟棚、先进算力中心等资源,持续深耕AI影视领域,加强技术研发与内容创新,与区域相关企业协同合作、抱团发展,共同构建“创作—制作—发行”全链条AI影视产业生态。

咸阳五月星芒文化传媒有限公司(以下简称“五月星芒”)深耕微短剧领域,紧跟行业发展趋势持续创新,打造出集内容孵化、生产

制作、运营推广、商业变现于一体的完整业务体系。凭借专业团队与成熟的运营架构,五月星芒实现内容生产标准化、规模化发展,累计推出作品200余部,全网总播放量超50亿次,与抖音、快手、红果等主流平台达成深度合作。

五月星芒自布局AI新赛道以来,先后落地AI漫剧、AI真人剧等创新业务,并积极拓展海外剧本创作领域,借助AI技术优势快速完成多语种内容创作,有效降低跨国制作成本,高效开拓海外市场。

从“4天拍一部”的实景流水线,到AI赋能的数字影像创作,咸阳高新区正加速从短剧拍摄高地向AI影视创作高地跨越。截至目前,咸阳高新区已吸引20多家影视企业入驻,建成配备XR虚拟棚、绿幕棚、录音棚等高端设施的制作中心,虚拟拍摄技术让部分场景制作成本降低约30%,创作团队可实现“拎包入住”式创作。

据介绍,下一步,咸阳高新区将继续集聚创新资源,培育优质企业、打造精品内容,推动AI技术与文化产业深度融合。未来,这里将诞生更多“爆款”,让更多人看到“咸阳高新造”的创意与实力。

范敏敏