

重庆演艺产业发展报告（2011）

陶宏宽 史绍平

2011 年，是“十二五”的开局之年。重庆以国有演艺团体释放潜力、焕发活力，民营演艺快速崛起、实力大增，中外演艺扩大交流、相互促进为标志，重庆演艺行业乘着改革东风，在国家文化体制改革的大潮中栉风沐雨，破浪前行。

一、2011 年演艺业情况

（一）全国演艺业发展观察全国演艺业总体态势良好。据《2011 中国文化统计手册》显示，2010 年全国有艺术表演团体 6864 个，演出 137 万场次，艺术表演团体国内演出观众 88456 万人次，艺术表演团体收入 342696 万元，文化部门表演团体经费自给率 31.9%。根据道略文化产业研究中心分析，2010 年中国演出市场收入达到 108 亿元。其中，专业场馆演出将占据 57.18 亿元的份额，实景旅游演出贡献了 12.4 亿元，民营团体在非专业场所演出为 25.2 亿元，大型场馆演唱会等演出为 13.2 亿元。2011 年，我国演出市场总量显著增长。北京、上海等一线城市增长幅度约为 20%，北京市全年演出 2.1 万场，观众人次达到 1000 万人次以上，演出总收入超过 14.05 亿元。经济较发达地区的二、三线城市增长幅度更加明显，在 30%左右。四川省前 10 个月演出市场的收入就达到了 3.9 亿元，安徽省举办的各类演出场次与 2010 年相比较增长了 146%。

2011 年，我国引进国外演出项目 1056 项，比 2010 年增加 17%。未来中国演艺产业“走出去”将呈现四大趋势：一是现代科技的应用将成为演艺产业发展的新引擎；二是对外贸易模式趋于多样化，但合作运营仍为主要模式；三是资本运营将在海外营销渠道建设过程中发挥重要作用；四是跨界合作将成为演艺产业的重要发展趋势。

演出市场出现的新态势。一是演艺集聚区建设出现热潮。据不完全统计，目前全国在规划和建设的演艺集聚区近 10 个，如北京的天桥演艺区，上海的现代戏剧谷，天津的盘龙谷，江苏南京的杨公井演艺文化街区等，集聚效应迅速显现，演出市场规模快速扩大。二是演出市场与旅游、网络、动漫等领域跨界融合趋势日益明显。2011 年 9 月，上海、浙江、北京、江苏等 4 个地区成为网络演出管理的试点地区，中国东方演艺集团、北京新浪互联信息服务有限公司等 13 家企业成为我国首批网络演出试点单位，促进网络与演出融合。三是许多农村地区的演出活动逐渐活跃。在河南、山东、浙江、广东的农村地区，民营剧团和业余剧团数量多、演出多、观众多。总体上是，历史悠久、经济发达的乡村，演艺生活较丰富，而其他地区则比较贫乏。从演艺类型上看，2011 年也出现了一些新的演艺业态，除传统的歌舞、话剧、戏曲之外，魔术、音乐剧、合唱、音乐会等类型的具有较高艺术水准的演出趋于成熟。

针对演出市场发展过程中出现的节庆类演出监管、高票价、演出形态多元化等问题，文化部出台了《关于加强演出市场有关问题管理的通知》，制定了相应的管理措施，与营业性演出管理条例相衔接，使演出市场政策体系更加完善。同时，进一步简化审批程序，印发了《营业性演出审批规范》及《营业性演出审批相关文书格式（样本）》，加强演艺业属地监管责任。

（二）重庆发展情况

2011 年，全市艺术表演团体坚持“贴近实际、贴近生活、贴近群众”原则，努力开拓国内外市场，积极组织各类演出活动，演出规模继续扩大，演出收入快速增长。2011 年，重庆现有演出场馆 47 座、演出团体 5479 个（含民间演出团体）；演出活动 95370 场次（含公益和民间演出），比上年增长 12%；观众 1596.9 万人，增长 11%；演出收入 23129.6 万元，比

上年增长 15%；增加值达 31784 . 7 万元，增长 14 . 9 %。

1 . 艺术创作精品成绩显著

舞台艺术创作好戏连台。2011 年，围绕重点题材新创排演舞剧《邹容》、歌剧《钓鱼城》、川剧《杨闇公》和《灰阑记》、京剧《张露萍》、话剧《大刺客》，并成功公演。深度打磨文化部资助 2 台剧目——话剧《三峡人家》、川剧《鸣凤》。围绕 2011 年举办的全国现代戏优秀剧目展演、第六届中国京剧艺术节、第五届全国歌剧优秀剧目展演、第九届全国舞蹈比赛、第十二届中国戏剧节、第二十五届中国戏剧梅花奖大赛（第三届中国戏剧奖·梅花表演奖）等全国艺术类大型赛事，对已公演的川剧《李亚仙》《鸣凤》《风雨女人路》、音乐剧《城市丛林》、话剧《河街茶馆》《乡村公园》、京剧《金锁记》、杂技剧《花木兰》等剧目，采取边演边改的形式，进一步提高其思想性、艺术性和观赏性。

文艺作品推展成绩斐然。一是全年共荣获国家级奖项 12 个。其中，荣获第十二届中国戏剧节奖项 10 个：京剧《金锁记》获得优秀剧目奖、优秀导演奖，主演程联群获得优秀表演奖；川剧《鸣凤》获得优秀剧目奖、优秀导演奖；舞剧《邹容》获得优秀剧目奖；话剧《河街茶馆》获得剧目奖，主演王弋获得优秀表演奖；川剧《灰阑记》获得剧目奖，主演吴熙获得优秀表演奖。荣获第九届全国舞蹈比赛奖项 2 个：舞蹈《川江》获得创作优秀奖；舞蹈《露》获得表演优秀奖。二是 3 台剧目入选国家级展演活动，其中：话剧《三峡人家》入选 2011 年全国现代戏优秀展演剧目，是全国入选本次展演的 4 台话剧之一；话剧《大刺客》入选 2011 年全国小剧场优秀展演剧目，是西部 12 省区市唯一入选的展演剧目；京剧《张露萍》入选第六届中国京剧艺术节参评剧目。三是《大三峡·大移民——中国画创作工程》《“巴渝风”景江农民版画创作项目》文化部“全国画院优秀创作研究奖励扶持计划”两个项目圆满完成，走在了全国各省市画院前列。

人才建设成果丰硕。市川剧院院长沈铁梅夺得第二十五届中国戏剧梅花大奖（“三度梅”），成为川剧历史上的第一位，同时也是西部地区第一位梅花大奖（“三度梅”）得主；三峡川剧团团长谭继琼夺得第二十五届中国戏剧梅花奖（“一度梅”）。市京剧团有限责任公司程联群、重庆市话剧团有限责任公司王弋、市川剧院吴熙 3 人分别荣获第十二届中国戏剧节优秀表演奖。王亚利等 10 人荣获“2011 年重庆市舞台艺术之星”，马骏等 10 人荣获“2011 年重庆市舞台艺术新秀”。

2 . 重庆大剧院演出成效显著

2011 年，重庆大剧院票房突破 7000 万元，重大文化基础设施市场化运营模式日趋完善。重庆大剧院全年组织演出 199 场次，接待观众 34 . 87 万人次，总上座率 73 . 6 %，票房收入 7007 . 43 万元，助推重庆大剧院综合业绩连续两年居保利院线全国 23 家剧院中的前三名。其中爱尔兰史诗舞剧《欲望之舞》、中国煤矿文工团《声音的暖流——红色经典朗诵演唱会》《爱与和平——世界著名歌星诺雅与米娜音乐会》、大型音乐剧《三毛流浪记》等名剧受到广大市民热捧。尤其注重文化民生：商业演出售出 40 元低价票 19155 张，占总票房的 9 %；继续举办“打开艺术之门”高雅艺术普及活动，组织演出 12 场次，票价在 20 — 100 元之间，让更多普通市民和中小学生有机会走进重庆大剧院欣赏高雅艺术。重庆大剧院完全市场化运营模式得到广泛认可，对市内文化设施管理运营产生积极示范效应。

3 . 文化交流不断扩大

2011 年，重庆深化“走出去、请进来”战略，先后组织有杂技、民乐、川剧等经典艺术门类，完成出访 20 起 345 人次，来访 69 起 872 人次，其中商业演出 44 批 297 人次。到美国、澳大利亚、英国、加拿大参加了海外春节文化活动，成功举办“英国威尔士重庆文化周”和“泰国重庆文化周”。受文化部派遣，组团访演了波黑、捷克、新加坡、白俄罗斯，杂技童话剧《红舞鞋》赴美驻场演出 1 年。2011 年，重庆第一个海外演出基地在美国布兰森挂牌。以重庆杂技为主的文化产品出口

到了美、英、法等 10 多个国家，重庆杂技剧《花木兰》《红舞鞋》，民族音乐会《巴渝风》等剧目海内外上演 800 余场。

4 . 演艺集团快速发展

2011 年，重庆演艺集团紧紧围绕打造西部一流、全国领先的文化产业集团目标，实施“三大调整”，狠抓“三大市场”，实现“三大突破”，在体制上完成了市越剧团、市演出管理处两家单位整合并，组建了重庆演出有限责任公司，成立了杂技、曲艺、会展、舞美 4 家分公司，四家单位离退休人员全部划转艺管管理培训中心管理。通过资源整合承接了区县和社会单位的一系列大型商业演出活动，包括“中国森林旅游节”开幕式、“中国邮政贺卡开奖盛典”、渝北等区县庆祝建党 90 周年晚会等 8 台。在创作上实现重大突破，完成了芭蕾舞剧《追寻香格里拉》项目前期一度创作，对大型杂技剧《花木兰》进行了深度打造，创排了全新大型民族管弦乐《重庆狂想》并将献演 2012 年新年音乐会；应法国商要求，由《花木兰》全新改编成的《木兰传说》也已全部完成；启动了重庆国际马戏城首场驻场剧目《江山》及大型歌舞剧《竹枝九歌》的前期一度创作工作。全年演艺集团共演出 1329 场，其中商演 1145 场。全年收入突破 1 亿元，其中自主创收达 7000 余万元，两项数据相比 2009 年翻了三番。

5 . 演艺与旅游完美结合

武隆县在推动文化与旅游融合发展上进行了有益探索，成功推出“印象·武隆”实景演出项目。项目规划占地 300 亩，分为服务区、剧场和即将建设的文化展示中心三大部分。由著名“印象铁三角”张艺谋出任艺术顾问，王潮歌、樊跃出任总导演，150 多位特色演员现场真人献唱的大型实景演出。“印象·武隆”实景演出剧目充分结合喀斯特世界自然遗产资源和地方特色文化，以自然山水为舞台背景，以群众生产生活、民风民俗、历史人文和美丽传说为艺术素材，以濒临消失的“号子”为主要内容，让观众在演出中亲身体验自然遗产地壮美的自然景观和巴蜀大地独特的风土人情。演出的舞美设计除延续了“印象”品牌的一贯品质——瑰丽精巧、气势磅礴、如诗如画、山水之美与高科技多媒体交相辉映以外，还根据演出场地的特征，在崖壁上投射巨幅光影，铺陈出灿若星辰的时光之河，展现巴蜀地区恢弘壮阔的地理风貌和历史人文。独特的视角和艺术手段，与当地淳朴的风土人情配合，显得相得益彰，带给观众完美的视听享受和精神震撼。通过艺术再现“号子”这极富地方特色的劳动景象，来反思消失和传承，展现巴蜀人隐忍、坚韧、不辞辛苦、团结协作的品格，在险境中顽强求生又乐观豁达的意志。2011 年 10 月国庆黄金周期间成功试演 10 场，售出门票 27600 张，平均上座率达 100%，预计 2012 年 4 月中下旬全球公演。

6 . 第十二届亚洲艺术节暨重庆“三艺节”影响广泛

2011 年 9 月 12 日至 11 月 7 日，由文化部、中共重庆市委、重庆市人民政府主办，文化部外联局、中共重庆市委宣传部、重庆市文化广播电视局、重庆市文学艺术界联合会、中国艺术研究院、中国国家话剧院、中国对外文化集团公司承办的第十二届亚洲艺术节暨第三届中国重庆文化艺术节（简称“两节”）在重庆成功举办。“两节”历时 57 天，37 个国家和国际组织、490 位中外要客嘉宾、120 个中外文艺团队和机构、3300 名中外职业艺员会聚重庆，向世界集中展示了“亚洲风情、中国风格、重庆风采”。中外经典剧目展演、“艺动亚洲·情聚重庆”广场歌舞巡演、港澳台演出周、亚洲经典影视歌曲明星演唱会等 6 项舞台展演活动相继举办。《爱我中华·放歌重庆——宋祖英演唱会》、《重庆声音·张迈演唱会》、舞剧《千手观音》、杂技芭蕾《天鹅湖》、香港话剧《盛势》、澳门《少年合唱音乐会》、台湾豫剧《美人尖》、日本松山芭蕾舞团《白毛女》、西班牙国家舞蹈团弗拉明戈舞剧《莎乐美》、加拿大男声组合《天籁男伶演唱会》、德国北莱茵青年弦乐团《经典弦乐音乐会》等 66 台 111 场国内外舞台剧（节）目轮番登台，精彩亮相。来自北京、上海、西藏等 18 个省、市、自治区和中央直属机关及部队的 32 台参演剧目，涵盖昆曲、京剧、川剧、豫剧、秦腔、越剧、黄梅戏、吉剧等 15 个戏曲剧种以及话剧、舞剧、音乐剧等戏剧形式，在重庆人民大礼堂、重庆大剧院、重庆人民大厦等场馆隆重演出 62 场。在“艺动亚洲·情聚重庆”东盟 10 国广场歌舞巡演中，东盟艺术家与重庆江北、九龙坡、渝中、长寿、合川、荣昌等 6 个区县观众激情互动，欢快拉歌，场面热烈。在亚洲影视经典歌曲明星演唱会上，四川、贵州、重庆等地

观众汇聚重庆永川，享受中外经典影视音乐，领略美妙异域风情。

7. 其他重大活动助推演艺业繁荣发展

一是举办了庆祝中国共产党成立 90 周年庆典活动。二是举办了“渝州大舞台”城乡文化互动工程、重庆市庆祝建党 90 周年送演出进基层等重大文化活动，共组织专业文艺院团到基层演出 1000 余场，观众达 90 余万人次，极大地丰富了广大基层群众的文化生活。三是成功举办了 2011 年重庆市“舞台艺术之星”选拔比赛、重庆市第三届青少年国际标准舞锦标赛、2011 第六届中国·重庆国际标准舞全国公开赛暨 CBDF 国际标准舞职业和业余积分赛等，发现了一批优秀青少年艺术表演人才。四是大型原创交响乐《长江》和民族管弦乐《巴渝风》全国巡演圆满成功，实现了社会效益与经济效益的双丰收。

二、演艺业存在的问题

（一）演出收益总量较小

2010 年，各省市专业表演团体作为演艺业的领跑者，通过 2011 年中国文化文物统计年鉴（2010 年统计数据），可见重庆演艺业仍处于低端水平。重庆与北京、上海、广东、四川的专业院团比较，重庆占 5 省市 30 % 的院团资源，12.5 % 的从业人员、7.6 % 的原创首演剧目、30.8 % 的演出场次、16.8 % 的观众、9.9 % 的财政投入和 7.8 % 的演出收入。（详见表 1）

表 1 重庆与四大省市占比数

类别 省市	专业艺术 表演团体(个)	从业人员 (人)	原创首演 剧目(个)	演出场次 (万场)	观众 (万人)	财政拨款 (万元)	演出收入 (万元)
北京	18	2355	10	0.68	429.6	35889.1	14829.2
上海	89	6766	60	1.98	1036.7	23123.3	20878.1
广东	397	13600	88	4.15	5608.9	27667.0	24807.6
四川	384	8302	73	5.06	3303.9	23894.7	19504.3
重庆	381	4423	19	5.28	2096.8	12132.2	6759.9
重庆占五 省市比重	30%	12.5%	7.6%	30.8%	16.8%	9.9%	7.8%

2011 年，重庆演出场次 95370 场（含公益和民间演出），首演剧目 14 个，接待观众 1596.9 万人次；演艺总收入 23129.6 万元，同比增长 15%。重庆演艺从纵向比较有进步；但是横向与演艺业发达的上海、北京、广东和西部四川比较都有很大的差距。北京 2011 年演出总收入超过 14.05 亿元，是重庆演出收入的 6 倍以上；四川省前 10 个月演出市场的收入就达到了 3.9 亿元，是重庆的 1.7 倍以上；经济较发达地区的二、三线城市增长幅度更加明显，在 30% 左右。尽管 2011 年全国演艺业统计数据未公布，但从部分省市看重庆演出市场，重庆演艺业总体上仍处于量小、质弱阶段。

（二）演出精品与市场不对路

2011 年重庆创作的京剧《金锁记》《张露萍》、川剧《鸣凤》《灰阑记》·话剧《河街茶馆》《三峡人家》《大刺客》·舞剧《邹容》·舞蹈《川江》《囍》等共荣获国家级奖项 12 个。然而，这些优秀作品中的相当一部分闲置浪费，未能发挥引导市场、培育观众的作用。一方面，剧团在积极争取政府支持的同时，眼睛向上，过多注重主管部门以及上级政府的偏好，过于注重创作、编排、演出适应当前形势的作品，把赶任务、赶节庆作为院团的主要业务，较少关注群众需求和市场行情，以至于出现“政府是投资主体，领导是基本观众，得奖是根本目的，仓库是最终归宿”的现象。另一方面，在“出人出戏”观念指导下，重创作轻演出，重生产轻消费，较少在产品营销、市场开拓方面下工夫，不是为演出而创作，而是为创作才演出。因此，尽管新创剧目日益增多，但思想性、艺术性、观赏性、市场性俱佳且真正为人民群众喜闻乐见的演艺作品不多。

（三）演艺机制不活

从根本上解决重庆演艺产业面临的问题，真正走向演艺产业的大发展大繁荣，最重要的是如何正确处理政府扶持与市场运作的关系。市场不是万能的。其一，市场因消费者的无知，市场的变化而变得市场信息失灵。其二，市场的调控不能保证公平。市场的信息失灵和公平的缺失，则需要通过政府的介入来解决。当前，政府的支持演艺产业发展上，缺乏一个公平公正的政策框架、具体有效的促进机制和永续经营的生产秩序。由于演艺机制的不活，往往导致演艺市场失灵，致使停演事件和演出亏损时有发生。

（四）消费活力不足

民众的消费观念直接影响着文艺演出市场的健康发展，有什么样的观众就有什么样的演出产品。从总体上看，重庆市民不像先进发达地区和西方国家公民那样把演艺当做日常习惯，但就是难得的演艺消费，大多数消费者也仅仅把演艺消费当做消遣娱乐，而较少考虑到其在潜移默化中提高生活境界的功能。主要有两方面的原因：一是收入水平制约。总体上看，重庆还是收入水平不高的地区，2011 年城镇居民人均可支配收入为 17532 元，农村居民人均纯收入为 5200 元。然而，观看一场明星演唱会，最高票价达 2880 元，最低票价为 80 元。以重庆收入水平如此低的城市，最高票价却是香港最高票价的 3 倍以上。重庆演出票价虚高，票价与人们的收入不成正比，影响着消费市场的扩大。二是艺术素养偏好影响。艺术表演不同于物质商品，它的价值是需要购买者加以解读和认识的。民众的消费观念直接影响着文艺演出市场的健康发展。

三、展望 2012 年演艺市场

《2011 年中国演艺产业投资报告》指出，就现阶段而言，两大类市场最具有投资价值，即旅游演出市场和话剧市场。另外，戏曲曲艺、儿童、音乐等新兴的市场也具备较大的发展潜力。其中，旅游演出是产业化程度最高的演出领域。话剧演出则是演出市场最为活跃的一分子。话剧创作频率高且话剧制作的工业化趋势已初步形成，产生了一批具有影响力的品牌企业，如北京戏逍堂、上海现代人剧社等。研究认为，中国演艺产业最具投资价值的企业类型有四种，即演出院线连锁型企业、演出跨界创新型企业、演出品牌塑造型企业和转企改制的演艺集团。院线制有利于品牌的建立从而提升企业价值，并通过集中采购，统一输出产品，最大程度地降低院线的运营成本。演出跨界创新型企业则可以有效进行资源整合，实现叠加效应，目前市场上可见的演艺衍生品都是跨界融合的产物。颇值一提的是目前国家正在大力推进的转企改制企业。转企改制的演艺集团拥有丰富的不可复制资产，如黄金地段的剧场、具有多年资质的演艺团体、演出硬件设备等，且都得到政府的大力度支持。

站在新时期，新的思考点上，从发展演艺产业实际出发，2012 年重庆应抓好以下六方面工作，推动演艺产业持续、快速、健康发展。

（一）创作艺术精品

一是抓好一批新剧目排演。强力推进大型芭蕾舞剧《追寻香格里拉》、歌舞《竹枝九歌》、杂技剧《江山》、川剧《中国公主图兰朵》等剧目的创排工作。二是抓好一批一度剧本创作。积极推进歌剧《秦良玉》、川剧《日出》、话剧《月缺月圆》《煤·人》、京剧《叶挺》等剧目的剧本创作。三是抓好一批深度打磨剧目。坚持精益求精、精雕细琢的原则，扎实做好舞剧《邹容》、歌剧《钓鱼城》、川剧《灰阑记》《杨简公》《鸣凤》《风雨女人路》、京剧《金锁记》《张露萍》、杂技剧《花木兰》、话剧《河街茶馆》《三峡人家》《大刺客》、音乐剧《城市丛林》等剧目的深度打磨工作，不断提高艺术水准，全力冲刺国家舞台艺术精品。

（二）打造演艺品牌

一是以扩大重庆文化影响力为着力点，积极参加全国性重大赛事活动。重点是组织优秀剧目积极申报国家舞台艺术精品工程资助剧目；积极争取歌剧《钓鱼城》代表重庆参加第四届全国少数民族文艺会演；积极组织我市优秀艺术作品参加全国各类重大赛事活动。二是以演艺集团为平台，依托现有资源，将重庆国际马戏城、山城曲艺场、马戏城商业娱乐、苏联大使馆武馆处等五处优势资源分别打造成为国际专业马戏、高档演艺、高档餐饮会所等特色产业。我市拟在2012年组建市芭蕾舞集团，打造一台与旅游相结合的原创大型芭蕾舞驻场剧目《追寻香格里拉》。三是积极助推“印象·武隆”山水实景演出。在成功试演基础上，全面上市公开演出。

（三）加强演出交流

一是以丰富群众文化生活为落脚点，全力开展好重大文化活动。继续实施好城乡文化互动工程，组织专业文艺院团送戏进基层；启动“高雅艺术进校园”活动，选取全市优秀剧（节）目到大专院校演出，丰富校园文化生活，构建优秀剧目演出平台；组团参加第十四届中国老年合唱节、第五届中国少儿合唱节、第十届西部“花儿”歌会等国家级赛事。二是扩大国内外演艺市场。借助2011年在美国布兰森建立演出基地经验，2012年在海外在建演出基地或固定演出点3—15个；大力发展演出业务，引进国内优秀剧目来渝演出，重点做好明星演唱会等重点商业项目；继续承办第三届重庆演出季等市级重大演出活动，努力将《巴渝风》、《重庆狂想》等剧目推向市场演出；大力开辟区县及社会单位业务，积极承接区县及社会单位各类文化节庆演出，推动演艺业向区县衍生，不断扩大演出市场。

（四）开发消费市场

在硬件设施上，积极抓好阵地建设。积极推进重庆国际马戏城建设，围绕重庆国际马戏城、国泰艺术中心配套服务功能抓好演出前期准备工作；发挥好山城曲艺场的演出功能，开展“周周演”和“小剧场”演出活动；完成苏联大使馆武馆处改造工程以及集团办公区景观、电力、燃气、水务等配套工程。在“软件”消费市场上，积极扩大消费市场。大量的研究表明，在市民目前收入水平下，票价适宜是影响演出市场的一个重要因素。然而，更重要的是艺术素养是影响需求度的关键因素。因此，培养对演艺产品的消费习惯，帮助公众获得对艺术的品位、提高公众对艺术的鉴赏力无疑更为重要。为此，今后培养和普及观众艺术素养将是扩大演艺消费的重点任务，艺术素养渐渐形成一种文化效应和文化风尚，就可能在一定程度上带动整个演出市场的兴盛与多元。

（五）搭建交流平台

演艺行业具有高度风险性，其稳定发展在很大程度上依赖于信息的传播。目前，演艺产业面临的一个突出问题就是信息分散、割裂，演艺资源整合度不高。根据双边市场理论，通过演艺公共服务平台，建立快速、畅通的文艺演出信息系统和信息发布渠道，使演艺资源供需双方可以在更大范围内接触到交易的潜在对象，能够避免重复投资和资源浪费，从而能够更有效和更低成本地达成交易，获得最大效益。政府具有强大的资源动员能力，应由政府率先引导建立演艺公共服务平台，为演艺资源供需双方提供免费或低费的平台服务。公共服务平台允许一定数量的中介服务机构介入，通过提供大量准确的产权评估、决策咨

询、市场调研等专业服务，发挥盘活资源存量、规划增量、提供公共服务的作用。

（六）加强市场管理

建立以政府为主导，以企业为主体，以市场化运作为主要方式的重庆演出产品走进国际国内舞台的运行机制。加强文化行政管理部门与文化企业或演出协会之间共同探索开拓重庆以外市场的沟通及协作机制。应积极开发农村演出市场、大众化娱乐性演出市场等多场次、低价位的演出市场，建立结构合理的多层次农村演艺市场供给体系，繁荣农村演出市场。同时，针对当前存在问题比较突出的涉外演出虚假宣传、演艺明星假唱假演奏等现象，充分运用法律、经济和必要的行政手段进行引导和规范；切实打击以次充好、内容低俗、危害社会公德、宣扬淫秽色情等不良演艺行为。有针对性地培育专业性演出团体和消费群体，促进演出经营与消费的良性互动。