《2017中国夜经济产业报告》发布，长沙夜间消费人数增五成，正赶超一线城市

“掘金”长沙夜经济，商业法宝是什么

到解放西路泡吧，去东瓜山吃烤肠，坐在饭馆里听小曲……正是这些丰富的夜生活，擦亮了长沙“不夜城”的金字招牌。

12月7日，在由省文化厅、长沙市政府主办，长沙市文广新局等单位承办的第五届长沙阳光娱乐节重要品牌活动夜经济高峰论坛上，《2017中国夜经济产业报告》正式发布。报告指出，作为“新一线”城市的长沙，夜间娱乐发展迅速，正在赶超一线城市。

三湘都市报记者注意到，面对市场需求的不断改变，长沙的“夜经济”也在悄然发生变化，一轮“更新换代”正在发生……

■记者 朱蓉

夜晚，长沙某酒吧以舞蹈表演吸引消费者。来源 新浪网

【夜市场】传统酒吧遇瓶颈，多方尝试转型求生

“1年多就换了三个门头，生意不太好做啊！”12月7日，常在解放西路上售卖些小玩意的王大姐如是感慨。

不到2年，解放西路上的元老级酒吧原址已三易其面，接档乐巢酒吧开业的小乐吧在经营了短短数月后也悄然歇业。一位业内人士告诉三湘都市报记者，今年3月，由乐巢酒吧转型而来的小乐吧正式新张，希望通过“情怀牌”吸引80后消费群体。不过，据了解，这种转型尝试似乎并未成功，在经营数月后，小乐吧再次歇业。

同日，记者在悦荟西侧的这一门面处看到，目前，一家名为Cherry的酒吧新张接盘，经营已3月有余。在该品牌运营方魔语文化集团官网上，关于该品牌的定位为“全明星俱乐部”以及“打造无边空间”。

派对、电音等元素，正在成为长沙酒吧转型流行的新元素，如Monkey Museum等新进品牌均获得了市场的不错反响。

催热夜经济的经营模式中，除了传统酒吧，还出现了将酒、音乐与餐饮相结合的新尝试。据步步高梅溪新天地相关负责人介绍，12月底，胡桃里音乐餐吧将正式开业，这已是该品牌入驻长沙以来开出的第3家门店。

“招待朋友会首先考虑这个餐吧，氛围不错，有酒有音乐，适合年轻人的聚会。”一位常去该餐吧司门口店的长沙市民就表示，如果节假日去该店消费，不提前订位肯定要排很久的队。

上述业内人士告诉记者，目前，长沙市内的酒吧均是“负重前行”，有一些酒吧做出新特色，相对受到市场欢迎，但都有压力。

此外，越来越多的网红烤串店开始出现。采访中，记者发现，它们中的大部分营业时间为每天的18时至次日2时，是标准的“夜经济”掘金者。

【大数据】长沙“夜经济”消费人数增幅近五成

2016年，中国人均GDP已达约8000美元。财富品质研究院此次调查发布的《2017中国夜经济产业报告》认为，当人均GDP达到这一数字时，消费升级的趋势将会出现，而随着中国逐渐迈入消费不断升级的时代，居民消费结构也将出现调整，教育、娱乐、旅游等服务性消费将会增加。

来自长沙市文广新局的数据也显示，长沙自2016年获批国家扩大文化消费试点以来，全市教育文化娱乐人均消费达到5739元，占比达18.3%、增幅为10.8%。目前，长沙市文化产业总产出达2680亿元，增加值810亿元，占GDP的8.7%，成为千亿级支柱产业。

该报告在调研了包括长沙在内的15个城市后发现，基于2016年上半年及2017年上半年的相关夜经济交易数据，15个城市中，有12个城市的夜间交易额保持了两位数的增长，其中，长沙同比增幅为12%。值得关注的是，2017年，长沙夜间消费人数较2016年同期增幅高达49.2%。

此外，截至2017年6月30日，长沙酒吧数量为2584家，位列15座调研城市第13位，而长沙的酒吧客单价则为170.07元，位列15座城市第7位。

财富品质研究院院长周婷认为，长沙酒吧街经过规范整治后，鼓励转型升级和连锁经营，对未来的发展，会侧重于酒吧文化内涵的挖掘。她认为，长沙的“夜经济”市场正在迎来发展机遇。

记者手记

夜里掘金 要多用点儿心

昼伏夜出，成为当下年轻人的生活习惯。在他们的社交、休闲行为中，无论约会、聚餐的内容是看电影、吃饭还是泡吧，黄金时间无疑是晚上。

与80后、90后，甚至是70后不同，“千禧一代”更加自我，对娱乐有着天生的追求。对夜经济产业的经营者而言，这既是机遇也将是挑战。

尝试将更多新技术融入过去简单的经营，研究好主力消费人群的画像，针对他们的爱好做出改变和尝试是业内必须做出的努力和尝试。

再不是过去躺着赚钱的年代，在夜经济里掘金，不得不多费点儿心思和精力。

名词解释

“夜经济”

夜经济的涵盖相当广泛，指的是夜生活的经济效益，以此发展形成的企业集合，即为夜经济产业。消费主体为城市市民和外来游客，从晚上七点到次日六点的各种消费和体验，都可以包括在内，主要涵盖购物、餐饮、酒吧、KTV、观演、休闲和旅游等七大类型的经营与消费。

【消费者】90后、00后爱“娱乐” 18-35岁消费者占比超九成

报告认为，中产及富裕人群的扩大，让中高收入人群成为消费主流，且增长速度远高于行业平均水平，整个中产和富裕人群在未来五年将成为消费主力。在消费心理比较中，90后至00后的特点被概括为“娱乐”，即因为网络日新月异的发展，任何东西在这一年龄层的消费者眼中都可以拿来娱乐，他们的消费心态属于自我满足、主动消费型，颇具消费潜力和影响力。

“吃烤串、唱K，或者去清吧坐坐。”12月7日，刚刚从湖南商学院毕业的申同学告诉记者，在他和朋友们的眼中，“昼伏夜出”是很平常的度假方式。他笑言，自己的假期从下午开始。

2017年即将划上句号，“千禧一代”也即将成年。对不少夜经济市场的参与者和经营者而言，这既是机遇也是挑战。一位经营品牌烤串的店主就告诉三湘都市报记者，和过去摆个小摊随便的烤烤生意也能不错不同，现如今，想要吸引年轻人的目光，不仅得在装修上下功夫，还得做好品牌文化，“小小夜宵摊，也面临着今时不同往日的变化。”

报告提到一组关于夜经济的核心消费者的有意思的数据：他们中35%的消费者家庭月收入高于3.5万元，68%为未婚，59%为私企老板、自由职业和经营家族生意，52%拥有2套或者以上的住房，66%为男性，而年龄在18至35岁之间的比例更是高达91%。

【新趋势】品牌化、IP化经营成新机会 体验消费等或是新热点

调研数据显示，在夜经济的核心消费者中，男性进行消费的原因偏向于谈生意等工作事由，而女性消费者更多是出于放松解压、发泄情绪等个人原因。随着女性消费者的逐年增加，这对未来夜经济的转型、升级也提出了新的挑战。

长沙市文广新局文化市场处处长何吉多在接受三湘都市报记者采访时表示，从全国范围而言，长沙的夜经济既是试验田，也是风向标，近年来虽然面临着一些困难，但也在不断的调整和转型之中。

他提到，长沙正尝试打造示范性场所，通过“领头羊”的作用来带动区域发展，如在长沙闻名全国的歌厅文化的变革发展中，元老级的琴岛就开始尝试线上直播，而田汉则通过打造儿童剧市场充分利用了白天的场地。

此外，他还透露，通过举办一系列音乐节等活动的形式也成功带动了新一代消费群体对酒吧、KTV的消费热情，“这些场所积极拥抱互联网，通过提升线上线下互动、提高体验感取得了很好的效果，成为行业发展机会。”

三湘都市报记者注意到，与过去单场单店各自为战相比，越来越多的企业开始尝试品牌化发展、IP化经营。在贺龙体育馆附近，105单一麦芽威士忌俱乐部专注于鸡尾酒和单一麦芽威士忌，106啤酒馆则以来自全球的优质生啤做卖点，吸引年轻消费群体，形成独特的精酿IP，而魔语文化旗下的Monkey Museum则主推“百大DJ”、“电音文化”和派对，打造年轻IP均是长沙本土酒吧在转型中做出的尝试。

周婷在阐述报告时也提到，未来的实体娱乐行业、夜经济的商业法宝将是创造独特的内容，从而高效地吸引具备相似特征的受众，开启真正的体验经济时代。报告认为，体验消费、真人游戏、多元多样的体育运动以及展览演出将成为未来夜经济的消费热点。