

# 淡季不淡旺季照旺 演唱會經濟紅火

## 年輕人消費意願強烈 點燃內地文旅市場

「鳳凰傳奇杭州演唱會馬上開票，咱們一起搶1380元（人民幣，下同）檔的票吧？或者也可以搶暑假張學友、劉德華的演唱會票，到時候還能帶孩子一起遊杭州。」最近，北京的劉女士和閨密們群聊討論最多的就是未來「演唱會+旅遊」的搶票計劃。門票秒售罄、開售高票價、巡迴場次多、下沉到中小城市……經歷了2023年大型營業性演出爆發性增長，今年內地大型營業性演出（演唱會、音樂節）的市場熱度仍然不減，以至於「淡季不淡，旺季照旺」。為看演唱會，有人萬里奔赴，有人豪擲千金，有人「特種兵」出行，用「真金白銀」支持喜歡的歌手的同时，也順勢點燃了舉辦城市的文旅市場。演唱會市場強勁復甦的背後，是年輕人強烈的消費意願。

大公報記者 江鑫嫻



▲在內地歌手張傑的演唱會現場，兩位女歌迷合影留念。

◀近日，內地歌手周深在巡迴演唱會現場和全場觀眾合影。

中國演出行業協會表示，一季度原本是大型演唱會、音樂節的淡季，但2024年一季度市場呈現「淡季不淡」的態勢，全國2000人以上的大中型演唱會、音樂節近200場，還有超過20位歌手在一季度發布了全年演出計劃，多個熱門項目集中開票。

### 熱門組合演出 供不應求加場

進入5月，演唱會經濟持續升溫。據不完全統計，「五一」期間共有近50場個人演唱會落地。內地組合鳳凰傳奇巡迴北京站由於想看人數太多，不得不加開一場。五月天一次性官宣10場鳥巢演唱會，幾十萬張門票早早被搶光。周杰倫、王心凌、蔡依林、鄧紫棋、蘇打綠等叫好又叫座的一線歌手及團體也將陸續在內地不同城市舉辦個人演唱會。

演唱會市場強勁復甦的背後，是年輕人強烈的消費意願。「上半年看演唱會門票花費12039元，交通住宿目前花費3900元，6月還要去兩場外地的演唱會，預計路費+住宿也要1000多元。」武漢某網友晒出的上半年演唱會「賬單」引發不少共鳴。以鳳凰傳奇北京鳥巢演唱會為例，票價在380-1380元之間分七個檔位，對外地歌迷而言，加上1-2天的住宿和來回交通，平均花銷大約在3、4000元左右。另據《2023-2024年中國演唱會行業發展趨勢研究報告》，一半以上內地消費者觀看演唱會的預算集中在1000-3000元，有28.3%的消費者預算達到了3001-5000元。

### 開票「秒售罄」仍是市場常態

難以緩解的「搶票難」現象亦印



▲在五月天鳥巢演唱會，一位不滿三歲的小觀眾揮動發光棒。

證着演唱會經濟的火爆。「鳳凰傳奇北京場8萬張門票，開售1秒賣光。」早在去年，一線歌手的演唱會就已「一票難求」。不少人以為歌迷經歷一年「瘋狂」今年會趨向冷靜，但目前看來，「秒售罄」仍是演唱會常態，紅色的搶票按鈕在開票瞬間就切換成了灰色的「缺貨登記」。有業內人士提出，演出市場在保持高熱的同時，也應不斷加強監管和完善自身建設，實現消費者更好的觀演體驗。

演出市場火爆，演唱會也為舉辦地的經濟吹來暖風。今年4月，周杰倫在杭州舉辦4場演唱會共吸引472.2萬人次的外地遊客，為杭州的文旅消費貢獻了13.16億元。從5月2日至4日，共有15.5萬的全國歌迷湧向杭州，其中以「80後」和「90後」為主要群體，再次證明了演唱會對於文旅市場的強大吸引力。

### 內地城市演唱會十足「吸金」（部分）

單位：人民幣

大公報記者江鑫嫻整理

- 「五一」期間，華晨宇煙台演唱會吸引了約13萬歌迷相聚煙台牟平，僅牟平區共接待海內外遊客62.9萬人次，實現旅遊收入約1.6億元
- 「五一」期間，山西太原受任賢齊、薛之謙兩場演唱會等利好因素影響，酒店訂單同比增長105%，外地遊客佔比達到90%
- 4月，周杰倫嘉年華世界巡迴演唱會杭州站嗨唱四天，刷新杭州演唱會觀演總人數紀錄，場內外50萬觀眾直接帶動杭州文旅消費13.16億元
- 4月，林俊傑天津演唱會前後，天津整體旅遊訂單量同比增長26%，初步推測帶動綜合文旅消費不低於14.8億元

### 演唱會場外 做點什麼小生意？

演唱會場外最受歡迎的項目，低成本高手工費。

#### 絲帶編髮



#### 紀念門票

許多線上購票平台以電子票取代實體票後，印有主題圖案的自製票根更富有紀念價值。

#### 發光棒

歌手如果不發放免費的發光棒或銷售官方應援燈，則場外售賣的自製發光棒會很受歡迎。

#### 應援閃光貼

用閃粉、顏料彩繪在面部或身上畫出應援語句，低成本高手工費。

#### 烤腸冰鎮飲品

充飢解暑必備，薄利多銷。

### 偶像身體力行「帶貨」城市文化

#### 聯動效應

外地遊客趕赴演唱會，除了享受音樂，也希望能夠體驗當地的美食和文化。不少歌手巡迴時適時推薦城市文化、地方特色，一方面是給該城市人民的定製「福利」，另一方面也是對城市名片的有效推介。

今年「五一」假期，郭富城瀋陽演唱會激情上演。在演唱會前，郭富城就已三次隔空連線瀋陽文旅，表示非常期待品嚐瀋陽的美食，到瀋陽的名勝古蹟看一看：「我知道瀋陽有很多美麗的景點，希望在綵排之後，有時間去這些景點走走。」郭富城的很多粉絲在看到視頻後，組團來到瀋陽。不少歌迷在演唱會之餘在當地遊覽，感慨瀋陽是個又好吃又好玩的城市。

近期，蔡依林在舉辦巡迴演唱會期間，每到一地，都會前往最具煙火氣的街市，拍攝當地美食，展示當地

文化。在廣州，她在當地美食達人的陪同下逛了菜市場，和本地街坊熱情攀談，還化身「煲湯小廚娘」，親手煲了花生眉豆雞爪湯。在貴陽，她在演唱會開場用特色食物折耳根的話題和觀眾問好，還嘗試了非遺染布，穿上改良版的「苗族盛裝」。有歌迷表示，歌手的這些行為可以增強歌迷的參與感和歸屬感，此外這種融合當地文化的做法也為文旅行業帶來積極影響。



▲歌手蔡依林在廣州舉行演唱會期間前往當地街市感受市井文化。

### 各地「寵粉」政策 留住「演唱會遊牧人」

#### 流量經濟

「演唱會辦到哪，歌迷就跟著到哪。」如今年輕人樂於追着演唱會在各地「遊牧」，享受音樂的同時還能體驗不同城市文化。對於演唱會舉辦地而言，歌迷猶如「行走的GDP」，各地紛紛推出衣食住行方面的「寵粉行動」和演藝項目落地支持政策，將演唱會帶來的流量轉化為「留量」。

山西太原近日出台按演唱會售票規模和售票收入給予主辦單位單場15

萬元至80萬元獎補等措施，支持做大演唱會經濟。此外，購買單場售票規模7000人（含）以上且售票收入500萬元（含）以上演唱會門票的，演唱會舉辦前3天至後3天期間，可憑演唱會門票免當地4個知名景區門票和4個博物館的首道門票，還可免費乘坐公交、地鐵。

「五一」期間，華晨宇演唱會吸引了全國各地約13萬歌迷相聚山東煙台，煙台文旅特別展開「寵粉行動」，在接站時向外地遊客贈送煙台蘋果、文創禮品和旅行攻略，開通9條公共交通線路，為歌迷的出行提供充分保障。海南三亞亦聯動郭富城演唱會海口站，啟動「2024年演唱會·歌迷惠遊三亞」活動，推出了194款憑演唱會門票專享的旅遊組合產品，優惠總額約1.6億元。



▶香港歌手李克勤的巡迴演唱會現場，不少外地歌迷手舉寫有地名的燈牌。

### 場外擺攤大軍 邊聽歌邊賺錢

#### 商機無限

演唱會不僅為粉絲們帶來了視聽盛宴，更催生了周邊經濟的蓬勃發展。「到演唱會場外感受氛圍，順便賣點東西，沒想到真能掙點錢。」不少網友在社交媒體上分享着演唱會場外擺攤經驗，通過化妝編髮、出售周邊商品物等方式，做起了賺錢的「小生意」。

在臉頰和手上寫上歌手名字縮寫、用應援色髮繩編頭髮……今年，除了演唱會周邊產品外，演唱會應援專屬妝容也成為不少歌迷觀看演唱會前的「必備流程」。記者注意到，在演唱會之前，已有不少人在社交媒體上發布了相關約收信息，均價在20-35元的編髮服務最受歡迎。

「4月初沒有搶到鳳凰傳奇鳥巢演唱會的門票，反正要在場外聽，不如早點去賣點東西再聽。」網友eidolonn已經有兩次演唱會編髮攤

攤經驗了，4月20日李榮浩演唱會收入675元，5月4日鳳凰傳奇演唱會收入638元，可謂「低成本高回報」。演唱會場外的擺攤大軍提供的商品和服務多種多樣，可以滿足粉絲們的基本需求，除了售賣食物飲品，還有短租發光棒、手寫應援扇以及即影即有等貼心服務。有老闆表示，「不愁壓貨，這次賣不完的，再打包處理給下一站演唱會的商家。」



▲在薛之謙巡迴演唱會烏魯木齊站現場，有民眾擺攤提供編髮服務。