

「演唱會經濟」矚目 各地政府大手筆爭辦盛事

星每場補貼達2300萬

搶Taylor Swift東南亞獨家

香港文匯報訊 美國流行樂壇女歌星 Taylor Swift 去年3月起展開「The Eras Tour」巡迴演唱會，在亞洲的只有日本和新加坡站。泰國總理賽塔上周五(2月16日)披露，原來新加坡政府為吸引 Taylor Swift 到當地舉行演唱會，搶先提供每場200萬至300萬美元(約1,564萬至2,346萬港元)政府資助，換取新加坡在東南亞的「獨家」主辦權。演唱會經濟效應近年備受各地關注，賽塔形容「新加坡政府很精明」，稱自己若得知此事，「即使資助至少5億泰銖(約1.1億港元)也值得。」

Taylor Swift 原定2014年在泰國曼谷開演唱會，但因故取消，其後再未安排赴泰國演唱。賽塔表示，他上週邀請負責 Taylor Swift 巡迴演唱會的主辦方 AEG 高層，向對方保證已準備好稅收獎勵等誘因，吸引更多巨星，不過 AEG 表示演唱會已獲新加坡政府資助。賽塔表示，如果泰國政府補貼也能換取 Taylor Swift 赴泰，相信有助吸引大批外地遊客赴泰旅遊消費，「巨星演唱會能吸引外國粉絲來訪，帶動酒店業和觀光互動。」

星硬件設施充裕吸引力強

除 Taylor Swift 外，包括英國搖滾樂隊 Coldplay、當紅歌星 Ed Sheeran 等不少明星，都將新加坡設為大型巡迴演出的亞洲主要站點。分析認為新加坡對演唱會經濟的吸引力，與當地硬件設施條件充裕不無關係。例如作為大型演唱會首選場地的新加坡國家體育館，足以容納5.5萬名觀眾，規模與東京巨蛋相若，更遠超東南亞其他國家多數只能容納約1.5萬人的場館。新加坡濱海藝術中心高端的音響設備，也在全球排名前列。

布局硬件設施之餘，新加坡旅遊局還積極發展軟實力，鼓勵結合推廣本地文化與享受旅遊體驗。不論是美國歌手 Charlie Puth 受邀拍攝新加坡旅遊景點宣傳片，還是 Ed Sheeran 演唱會上與新加坡流行歌星林俊傑互動，都極具吸引力。粉絲們在當地旅遊，也帶動當地交通、酒店、餐飲和周邊等產業發展。

印尼設5億「演唱會基金」

統計顯示，今次 The Eras Tour 經濟效應驚人，累計經濟價值折算高達50億美元(約391億港元)。僅在北美地區，今次巡迴預計帶來22億美元(約172億港元)經濟效應。單是美國粉絲在巡演的門票、旅行、服飾和各類周邊商品上，平均每人花費1,300美元(約1萬港元)。

不少東南亞國家都希望發展演唱會經濟。彭博通訊社報道，印尼旅遊與創意經濟部長桑迪亞加也稱，印尼政府成立總值一萬億印尼盾(約5億港元)基金，旨在未來爭取演唱會等活動在當地舉行，創造如 Taylor Swift 演唱會帶動的經濟效應。



◆ Taylor Swift 在日本的演唱會座無虛席。網上圖片



日4場演唱會

創逾17億經濟效益



◆ Taylor Swift 日本粉絲在演唱會場館外拍照留念。網上圖片

香港文匯報訊 Taylor Swift 巡迴演唱會在去年3月中旬於美國展開，帶來龐大經濟效益，2024年亞太地區僅設4站，分別是日本東京、新加坡、澳洲墨爾本及悉尼。在2月上旬，Taylor Swift 於日本東京巨蛋開4場演唱會，日本研究機構推算，短短4天的演唱會就為日本帶來341億日圓(約17.7億港元)經濟效益，包括門票、周邊商品、餐飲、酒店和其他相關活動。

3000名中國遊客到日觀看

Taylor Swift 曾先後於2015年及2018年在日本舉行演唱會，今次在上周三至周六(2月7日至10日)舉行4場演唱會，創下外國女歌手在日本連續演出最多場次紀錄。票價方面，成人普通票介乎8,800至3萬日圓(約459至1,564港元)，VIP票為5.28萬至12.28萬日圓(約2,753至6,404港元)，比其他歐美場次便宜，因此有向隅的觀眾專程到日本欣賞演唱會，順道在該國旅遊，據報有多達3,000名中國遊客專程到東京觀看。

日本研究機構 NET 推算，Taylor Swift 演唱會對經濟帶來巨大漣漪效應，入場觀眾共總消費額為16億日圓(約8,336萬港元)，全國總經濟效應更達341億日圓。東京都市大學兼任講師江藤光正指出，若來自全國各地觀眾同時在東京一帶遊覽，其交通、住宿等開支將創造更大漣漪效應。



澳高中彈性安排考試時間

便利學生跨州睇騷

香港文匯報訊 Taylor Swift 正在澳洲舉行巡迴演唱會，分別於2月16至18日在維多利亞州的墨爾本，以及2月23至26日在新南威爾士州

的悉尼開騷，澳洲有高中酌情延遲考試日期，以便學生能跨州入場欣賞 Taylor Swift 的演唱會，引來網民紛紛叫好。

位於昆士蘭州布里斯班的溫納姆高中，得知 Taylor Swift 將在悉尼雅高體育場和墨爾本板球場舉辦演唱會，特地將該校的考試時間作彈性安排，並通知家長，讓希望去看 Taylor Swift 演唱會的學生，有充足的時間來回。

該校定於2月27日至3月1日舉行考試，由於布里斯班距離悉尼較遠，若有學生入場欣賞 Taylor Swift 在悉尼的最後一場演唱會，可能趕不及回校考試，校方因此作出彈性安排。副校長霍金上月底表示，「我得知一些學生將跨州出席 Taylor Swift 的演唱會。考試日期無法更改，但我們並非不可理喻，考試時段的時間表很靈活，如果你們的孩子2月27日不在布里斯班，請在此之前透過電郵告知我，我們將盡力安排你們的孩子參加考試。」



◆ 澳洲溫納姆高中為便利學生觀看演唱會安排彈性考試時間。網上圖片

演唱會成「可負擔奢侈品」 體驗經濟吸引年輕世代

香港文匯報訊 後疫情時代旅遊業不斷復甦，主打滿足消費者心理感受、主動作出消費決定的體驗經濟表現出色。高盛分析師麗莎·楊(譯音)形容，參加演唱會等特定活動持續時間較短、開銷範圍可控，被視作「可負擔的奢侈品」。體驗經濟帶來的情感滿足以令其物有所值甚至物超所值，消費者尤其年輕世代更加樂意投入其中。

Taylor Swift 粉絲人均消費萬元

美國著名女歌星 Taylor Swift 去年在美國舉行演唱會期間，當地粉絲人均消費約為1,300美元(約1萬港元)，其中單場門票均價約456美元(約3,566港元)，粉絲們的交通、住宿、購買周邊產品也是可觀開銷。《華爾街日報》分析稱，全美去年在電影、現場娛樂活動和體育賽事等門票上，花費高達950億美元(約7,430億港元)，按年增幅達23%，較2019年疫情前也高出12.5%。演唱會等活動老少皆宜，被視作同時滿足情緒價值和社交需求的綜合項目。

不過彭博通訊社分析指出，美國等地的消費熱潮可能是短期需求反彈。《華爾街日報》去年9月的民調顯示，近60%美國人認為伴隨日常生活開支增加，會被迫削減現場娛樂開支。也有約37%受訪者稱，他們的收入水平難以追上希望參加的活動門票漲價速度。長期而言，體驗經濟仍具有吸引力。市場調研機構



◆ 63%「Z世代」願意將錢花在音樂會等生活體驗上。網上圖片

Experian 報告稱，1981年至1996年間出生的「千禧世代」和1997年以後出生的「Z世代」，都是美國體驗經濟的主導者。他們分別有59%和63%受訪者表示，相較於投資退休生活，自己願意將錢花在音樂會和旅行等生活體驗上。相信結合體驗經濟帶動周邊產業發展，是各地旅遊業的新方向。



加總理引用歌詞親自爭取

Taylor Swift 年底唱足6場

香港文匯報訊 Taylor Swift 的全球巡迴演唱會 The Eras Tour，原本未有加拿大的行程，但她去年8月正式宣布，將於2024年11月在多倫多站舉行6場演唱會。加拿大總理杜魯多此前曾主動在 Taylor Swift 的社交平台下留言，希望對方來加拿大演出，結果如願以償。

Taylor Swift 的巡迴演唱會在五大洲合共演出130多場，但第一次公布行程時並沒有加拿大，其後宣布加場後，加拿大仍沒有包括在內，不少加拿大歌迷紛紛在 TikTok 等社交平台表達失望之情。

2018年後首次在加演出

沒料到杜魯多竟親自向 Taylor Swift 發出邀請，留言中一開始更用上 Taylor Swift 的歌曲《Anti-Hero》歌詞其中一句「It's me, hi」，誠意希望 Taylor Swift 考慮來加拿大，結果杜魯多真的「成功爭取」。今次將是 Taylor Swift 自2018年巡迴演唱會以來，首次在加拿大演出。



◆ 加總理杜魯多在 Taylor Swift 的社交平台留言，希望對方能來加演出。網上圖片