

刀郎演唱會盛況 證澳門已逐步邁向「演藝之都」

港澳可打造「演藝連體雙都」

刀郎澳門演唱會昨晚收官，為澳門演唱會經濟再添成功案例。過去一年，澳門吸引了張學友、劉德華等頗具影響力的華語樂壇大咖前往舉辦演唱會，不難發現澳門這座過去在遊客心目中的「博彩之城」，已逐步向「演藝之都」邁進。演唱會經濟作為澳門「盛事經濟」發展版圖中的重要一環，持續刷新遊客赴澳門旅遊新體驗的同時，也給為正在着力打造「國際演藝之都」的香港帶來不小的壓力與啟示。有學者和業內人士接受香港文匯報採訪時表示，相較於舉辦演唱會十分有歷史和經驗的香港，澳門政府以政策服務靈活周到，企業投資實現與政府發展雙贏，達後來居上的態勢。但香港所擁文旅資源依然是不可或缺的寶貴財富，希望港澳能夠攜手共同打造一站式的豐富多元體驗。

●文：香港文匯報記者 胡若璋、李薇 圖：受訪者供圖



「澳門特區政府過去一年在推進『盛事經濟』的發展中，演唱會板塊做出了獨到的氛圍和特色。」澳門大學金融及商業經濟學系副主任、教授李振國接受香港文匯報記者專訪時表示，隨著張學友、劉德華、刀郎這些比較有號召力的偶像、歌手來澳門開演唱會，他們的觀眾群體直接拉動了澳門文旅的消費熱。「不僅帶來了門票收入的增長，觀眾遊客在綜合度假村的吃住行等消費實力都很強。」李振國援引澳門特區政府統計局的相關數據說，內地普通遊客來澳門人均花銷為3,100元（澳門幣，下同），專程過來聽演唱會的觀眾花銷在五到六千元左右，這就明顯拉開了消費的差距。

據澳門統計暨普查局資料顯示，2023年全年旅客總消費（不包括博彩）較2022年增加近3倍至712.5億元，與2019年對比亦增加11.2%。留宿旅客（601.8億元）及不過夜旅客（110.7億元）的總消費分別錄得3.0倍及2.4倍的按年升幅。如何增加演唱會「過夜客」，成為進一步拉動演唱會經濟於澳門的重要環節。李振國認為，澳門特區政府應該更加積極安排更多配套活動，把演唱會辦成嘉年華的形式，豐富其他遊樂活動內容，延長遊客在澳門逗留時間。

企業主導市場與政府共贏

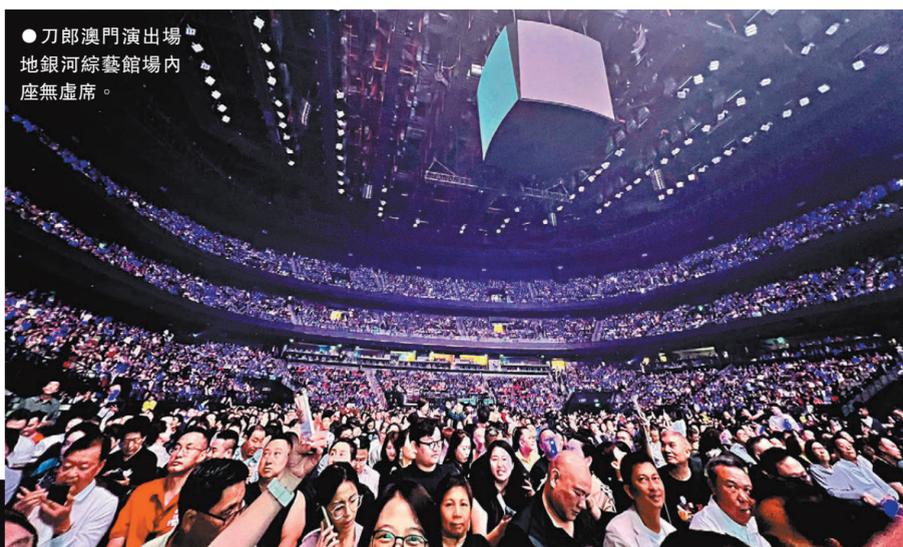
澳門棋人娛樂製作有限公司創辦人及行政總裁謝復生接受香港文匯報記者訪問時表示，香港的影視文化輻射能力強勁，演唱會基礎也較好，「我讀書的時候也常去香港看演唱會，但現在澳門一周的演唱會數量，相當於我



●謝復生

政策服務靈活周到是成功法門

耀榮文化CMO張永達接受香港文匯報記者採訪時表示，着力發展旅遊業的澳門近年對於演唱會主辦方的支持補貼、扶持力度都令人驚喜。「辦演唱會，演藝團隊的交通、食宿本身是很大一項成本支出，但澳門能夠給到主辦方很好的酒店優惠服務，



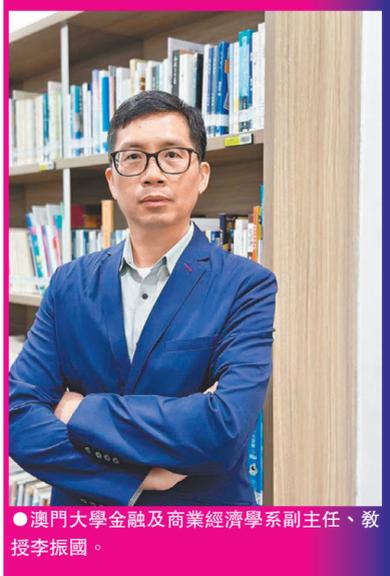
●澳門也是劉德華《今天··is the Day》巡演的其中一站。



●王源11月的澳門演唱會吸引不少內地歌迷搶票。網上圖片

也能配合歌手採排需要，甚至還能做出1:1的場地供歌手排練。」張永達表示，澳門特區政府在政策服務上十分靈活而周到，「在香港辦演唱會，所有的東西都是主辦方自負盈虧。想要到紅館開一個演唱會，總是排期到一年之後。」他認為，在這種娛樂經濟快節奏的當下，香港已經成熟的演唱會服務環境顯得不合時宜。也正是這樣的差異吸引，大量香港演唱會相關專業機構與人士，紛紛將工作重心轉投向了澳門。

他也留意到，過去一年的演唱會市場火爆，新加坡、澳門、海口等地，都提供了豐富的經驗樣板，比如，為演唱會主辦方提供辦事綠色通道、酒店、景點的配套消費支持，並結合各自城市特點為觀眾提供獨特的演唱會遊玩服務包，帶動城市消費熱潮。香港也有自己的優勢，他經過接觸發現，即便澳門有如此大的吸引力，但一些國際國內知名歌手藝人更願意將目光投向有着濃厚音樂氛圍的香港。「從文旅角度而言，香港的文化天生較澳門豐富而多元，這是澳門短時間無法比擬的。」



●澳門大學金融及商業經濟學系副主任、教授李振國。

港業界盼消除「演唱會只是商業活動」偏見

對於香港與澳門各自的優勢與短板，李振國認為，在發展「演藝之都」的共同目標上，澳門與香港雖然近在咫尺，但兩者一定不是競爭關係，通過差異化合作互補就能共同闖出未來。李振國舉例說，在香港辦演唱會，也可以安排一個時間段在澳門辦見面、宣傳會；相反在香港也可如此，這類連線主題式的城市派對，可以讓遊客享受盛事文化下港澳「一站式」的豐富多元體驗。

張永達則說，希望香港要刷新演唱會只是純商演活動，一種周末日消遣的娛樂活動的偏見，看到它帶來的城市品牌影響力，才

能更好地為演唱會經濟提供更多發展新思路。他強調自己並不期望政府資金去補貼，但在主辦演唱會落地推進演唱會效應時，會渴望得到香港特區政府的一些配套服務。例如，為演藝人員開設入境綠色通道，尤其針對流量明星歌手，這種綠色通道能保證機場等公共場合的秩序安全；另外也期望在政府的積極統籌對接中，和城中商圈、餐飲、酒店、景點聯合打造演唱會特色主題遊玩內容，令來港看演唱會的遊客可以流動在城中，讓消費體驗互動深入城市肌理、行程更好的城市音樂風景。



●耀榮文化CMO張永達在港澳都有布局演唱會業務。

業界期待啟德體育園投入服務 倡港澳齊發揮大灣區演出特色

「對於港樂愛好者而言，香港是有濾鏡光環加持的演出城市。香港依然是很多國際國內知名歌手開演唱會的夢想之地。」張永達也說，紅館很難訂，早已經是業內共識，業界對於2025年即將投入使用的啟德體育園也都充滿期待。「我相信這一定會為香港的演藝市場打開新的局面，再也不會因為紅館的申請時間長和場地限制，而與很多國際國內知名歌手演唱會失之交臂。」深耕港澳兩地演唱會市場，張永達期望，香港和澳門要充分利用各自的演藝業格局和文化底蘊等特色差異，攜手共建演藝之都，發揮大灣區的演唱會特色口碑效應。

業內演唱會王牌總導演李志倫，從TVB入行，就不斷參與製作過香港小姐、1997年回歸大匯演，也拍攝音樂錄影帶，至今為止為港澳台和內地的歌手樂隊，拍攝過超2,000多首的音樂錄影帶，導演過40多部音樂電影，也製作了超300多場演唱會。

在他的記憶裏，2013年前後，內地演唱會的製作團隊開始成熟發展，香港製作團隊的發展一度不斷遭到挑戰。尤其疫情後，很多香港音樂人把演唱會轉向澳門。

「澳門的娛樂形式比較多樣，可以觀光旅遊，美食city walk，看演唱會還能沉浸式花樣玩轉澳門。」李志倫說，香港想要在「盛事經濟」中重回擦亮「演藝之都」的招牌，政府需要提供更好的服務。「比如可以規劃發展特定的『演唱會月』，吸引海內外有影響力的歌手來辦演唱會，同時提供豐儉由人的酒店住宿，不要讓人一想到香港，就有一種住宿太貴負擔不起的感覺。」李志倫表示，香港、澳門是既有文化娛樂底蘊又有資金實力的城市，應該積極為不同年代的歌手提供更多元的舞台，如此也能夯實「演藝之都」的實力招牌。



●啟德體育園明年正式投入服務。

澳門演唱會圓滿落幕 刀郎被冠「民間旅遊大使」

11月8日至9日，《山歌響起的地方·刀郎個人巡迴演唱會》澳門場在銀河綜藝館圓滿落幕。此前，澳門旅遊局預估，兩場演唱會吸引至少兩萬名遊客，其中大多為具備較強消費能力的中年群體。在演唱會期間，澳門各大商場和餐廳的客流量明顯增加，酒店更是一房難求。許多刀迷（刀郎粉絲）為了親眼見到偶像，不計成本、長途跋涉，讓澳門這座旅遊城市煥發出了前所未有的活力。面對如此蓬勃的經濟帶動作用，內地多地文旅部門紛紛向刀郎伸出橄欖枝，刀迷更是戲言自家偶像成了「民間旅遊大使」。

刀郎早前通過個人社交平台官宣「山歌響起的地方·刀郎2024巡迴演唱會」在成都、廣州、南京、澳門四城開演。隨後又官宣將增加廈門、合

肥、北京三站，並表示收官站會放在新疆。每一輪官宣都讓粉絲沸騰，每一場演出都賺足觀眾淚水，每一次刀郎踏足的城市當地文旅都能贏得滾天的流量……這樣的盛況，在當下演藝市場中可謂屈指可數。

在前晚的澳門場演出中，刀郎唱到《謝謝你》時多次向粉絲鞠躬道謝，唱到《送戰友》時一度哽咽，唱到《天妖》時因腰部不適選擇直接席地而坐。種種真誠、真實、純粹表現，都讓台下觀眾忍不住紅了眼眶。

各地文旅爭相邀請

自「翻紅」後，刀郎就成了各地文旅界的「香餡餅」，刀迷更是戲言自家偶像成了「民間旅遊

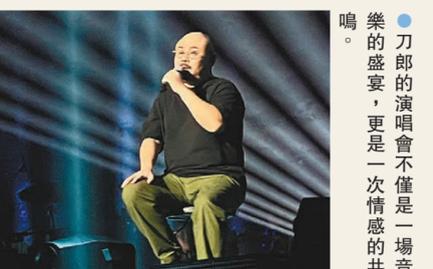
大使」。

以刀郎家鄉內江資中為例，在8月30日線上演唱會結束後，各地粉絲便蜂擁而至，在寫着「我在南順城街22號等你」的路牌下合影留念。數據顯示，十月吸引了約10萬人次遊客前往打卡。巡演的首站成都，當地文旅局估算累計吸引觀眾2.8萬人次，拉動消費達1.6億元人民幣。與此同時，成都文旅方面還趁熱打鐵推出了刀郎音樂與西域風情結合的旅遊新路線，以期繼續吸流。

各地文旅部門更是直接或間接地向刀郎伸出橄欖枝。新疆文旅部門在社交媒體上發文稱：刀郎的音樂承載着新疆的深情與厚重，期待他未來能為新疆帶來更多音樂上的驚喜；甘肅文旅部門跑到央視發布的文旅視頻下評論，邀請粉絲踏着刀

郎的歌聲前去胡楊林，感受西北的蒼涼美景；還有香港，有傳聞也已向刀郎發出邀約。

●採：香港文匯報記者 李薇 攝：香港文匯報記者 梁濤



●刀郎的演唱會不僅是一場音樂的盛宴，更是一次情感的共鳴。