

线下演唱会一票难求，拉动新的文旅消费聚合

咕咚咕咚，人们相聚 满饮精神文化甘泉

◎ 陈思安

1 线下演唱会一票难求

7月10日20时，林俊杰广州演唱会开票。在官方平台上，购票者要答对5道题才有资格进入抢票页面。为获得抢票资格，有的歌迷甚至拿出了高考的劲头。

7月18日，周杰伦演唱会天津站开票后30秒内即告售罄。抢票结束后，甚至有黄牛将2000元的票炒至10万元。同日，薛之谦“天外来物”巡回演唱会成都站门票不到40秒全被抢光。

已官宣未定档的杨丞琳成都演唱会每笔订单最多购买4张，须一票一证验证入场。

答题、秒光、限购……今年以来，线下演唱会火热异常，一票难求成为常态。

无论Livehouse(小型现场演出)、音乐节还是演唱会，“售罄”在社交媒体上不断刷屏。而中国演出行业协会近日发布的数据也证实了这一点：2023年上半年，全国营业性演出(不含娱乐场所演出)场次19.33万场，同比增长400%；票房收入167.93亿元，同比增长673%；观众6223.66万人次，同比增长超10倍。

据央视网消息，进入暑期，国内图书出版、影视广电、音乐演艺、动漫游戏等文化内容消费更加繁荣。统计数据显示，截至7月22日，中国电影市场暑期档总票房已突破100亿元，这是该数据时隔三年重归百亿级。

在欣赏演出的间隙，感受当地人文、打卡美景、品味美食成为当下流行的生活方式，以“国潮”为特征的“文化+”衣食住行等文化性综合消费火爆，溢出带动整体社会消费活跃。

2 各类演出强劲复苏

日前，西安话剧院创排的悬疑话剧《白城诡事》在西安新城剧场首演。今年，西安话剧院的《共产党宣言》《狄仁杰之月夜金魂》《路遥》等多部作品在全国巡演。据介绍，截至7月10日，西安话剧院共有5个剧目在全国累计演出120余场，吸引观众11万余人，今后还将有4个剧目在全国演出100余场。

窥斑见豹，文化市场的繁荣气息扑面而来。大型演唱会、户外音乐节、话剧、儿童剧、音乐剧、戏曲、舞蹈等各类演出满足人民日益增长的精神文化需求。

文化消费市场火热，文化惠民演出也精彩连台。

连日来，山东省枣庄市薛城区周营镇“一年一村一场戏”文化惠民演出活动在各村轮番上演。演出活动现场精彩纷呈，好戏不断，演出人员各展所长，各尽其能，以形式多样、内容丰富的表演为现场的群众送上文化大餐，营造了浓厚的文化宣传氛围，群众看得尽兴，乐享其中。“一村一年一场戏”不仅给群众带来了艺术享受，也进一步丰富了基层群众的精神文化生活，为培育农村文明新风、推进乡村振兴提供了强大的精神动力。

7月28日，湖南省邵阳县在坪上镇岱水村举行“民族团结一家亲 同心共筑中国梦”主题文艺活动。此次文艺汇演采用击鼓、舞蹈、小品、歌曲、朗诵、花鼓戏等老百姓喜闻乐见的表现形式，尽情抒发热爱党、热爱祖国的深切情怀，展示了坪上镇人民团结一心、求实奋进的良好精神风貌。



3 为了一场演唱会奔赴一座城

这个夏天，无数歌迷开启了一场演唱会奔赴一座城的模式。数据显示，2023年上半年，大型演唱会、音乐节演出506场，票房收入24.97亿元，观众人数550.10万人次，跨城观演成为大型演唱会、音乐节的主要消费趋势，“打飞的”“打高铁”看演唱会的的风潮悄然兴起。

以周杰伦2023嘉年华世界巡回演唱会·海口站为例，演唱会在四天内为海口吸引来15.46万人次游客，实现旅游收入9.76亿元，是海口端午假期旅游收入的3倍，甚至比海口“五一”假期的旅游收入高出约1亿元。

相关专家介绍，演出市场对举办地城市消费的带动作用日益突出。越是大型的演出活动，其吸引力半径越大。在各类观演人群中，存在相当比例的跨城观演者，带来大规模人群流动，由此带动的生活消费、交通消费、休闲消费规模不容小视。

为更好发挥大型演唱会和音乐节的消费“引流”“拉动”效应，苏州大学东吴智库文旅融合研究中心主任周永博认为，旅游目的地应做好三件事：一是要充分认识到观演人群是一个文化需求旺盛、消费能力较强、需求层次较高的中高端消费群体，因此，各地要围绕该群体需求完善“舒适物”供给；二是要引导地方文化浸润演出活动，让文艺演出表现出地方特色和地方文化；三是积极释放大型演唱会和音乐节的品牌价值，依托文艺演出推动建立标志性文化场景，使之能够长久助力地方品牌建设。

7月26日，文商旅沉浸式城市文化新空间“成都·X现场”试营业。“成都·X现场”紧扣时代主题、彰显天府文化，搭建“音乐+文化+消费”的新型场景，推进地方文旅融合高质量发展。以音乐人赵雷的歌曲《成都》为灵感创作的音乐戏剧《成都》，将在此进行常态化驻场演出，向“蓉漂人”传递爱与梦想的力量，在戏剧情境中诠释新成都、新青年、新梦想。该剧在成都大运会举办之际进行驻场化演出，更加彰显天府文化，催化城市活力，助力成都进阶世界文化名城。

而上海正在大力实施文化演艺、沪产电视剧、视听节目、动漫游戏、文创精品、原创剧本“出海战略”。据介绍，上海将对标国际一流引育一批具有全球资源配置能力的市场主体，全力建设全球影视创制中心、亚洲演艺之都、网络文化产业高地、创意设计产业高地，深耕厚植红色文化、海派文化、江南文化、时尚文化，让文化旅游成为开放枢纽门的核心引力。



自今年春节以来，音乐节、音乐会、演唱会、话剧、音乐剧等各种类型的演出百花齐放，不仅热门演出一票难求，大型演唱会和音乐节还成为拉动地方文旅消费的新引擎。演出市场供需两旺，给经济持续回升注入了活力，也对旅游目的地综合消费形成新的聚合。



链接

据文旅部网站消息，文化和旅游部办公厅7月24日已印发《关于进一步提升暑期旅游景区开放管理水平的通知》，要求各地文化和旅游行政部门要联合公安、市场监管、网信等部门，加大对“黄牛”、第三方平台违规囤票、倒票等行为的打击力度，同时完善旅游景区门票分销系统，有效防止“黄牛”挤占票源。

据新华网消息，为营造良好的演出市场环境，北京多部门4月联合发起了为期5个月的打击演出票务市场黄牛非法倒票的专项整治工作，从票源管理、规范售票、现场执法、行业自律等10方面细化责任归属。联合发起打击演出票务市场“黄牛”非法倒票的专项整治工作。

据人民网“领导留言板”消息，针对网民关于演唱会实名制购票的建议，广州市公安局回复称，已在制定相关售票政策，逐步推行谁购票谁观看的措施。

这位网民5月31日向广州市委书记留言称，有的演唱会门票开票即“秒空”，“黄牛”却在社交网络上加价销售门票。在大数据时代背景下，建议实行演唱会实名制购票及实名制观演，类似于高铁售票，这样能够有效打击、遏制黄牛的气焰，规范演出行业的秩序。

广州市公安局7月25日回复称，留言收悉，公安部门和文化部门对演出行业“黄牛”炒票的情况高度关注，已在制定相关售票政策，逐步推行谁购票谁观看的措施，规范演出行业秩序。

演唱会“现场感”无可替代

◎ 谭硕

来自微博热搜趋势报告显示，2023年上半年，热搜词中包含最多的关键词排名，演唱会上榜899次，位列第二。演唱会官宣时间、地点、开票时间……人们搜索着有关演唱会的各种信息。

人们为何关注演唱会？甚至不惜相距千里、跨越大半个中国也要去看演唱会？和周围的人一起赴一场“十年之约”，去听那首曾经与青春岁月相伴的歌曲，感受最完美的音乐曲线，这或许正是现场演唱会独有的魅力。

严格来说，演唱会本身是一种现场艺术。只有在现场，才能理解歌曲演绎的完美曲线。并且，舞台上歌手全情地投入，通过声音、动作和表情感染着观众，歌手在现场完全凭借实力，靠瞬间爆发出来的激情来为观众演唱，这种激情具有不可复制的感染力。同时，现代舞台技术也会给观众带来更多身临其境的音乐体验，这种视觉冲击效果带来的现场体验感也是独特而不可替代的。通过这些精彩纷呈的演唱，人们纷纷在回忆着“最单纯的笑脸和最那一年”。

亲临演唱会现场，更像是一场“自我约会”，怀念歌曲中的岁月，致敬曾经的青春。我们之所以喜爱一首歌，不仅是因为歌词或者旋律，更是因为歌曲所蕴含的人生岁月。

今年的5月至7月，沈阳共有6场大型演唱会，抢到票的朋友在微信朋友圈里纷纷晒票根，没能到现场的则晒歌单，进行各种炫耀。从根本上来说，经典流行音乐作品较高的艺术水准是感动人们的前提，同时，歌曲中明显的时代感引发的共鸣，不同年代的人们传唱着各自时代的歌曲，在一定程度上成为青春的代名词。

一代人有一代人的青春，一代人有一代人的音乐，音乐响起，时代的记忆自然涌上心头。当我们走进现场，同一首歌曲也会因歌手、观众的人生感悟不同而融入自己的情绪，音乐的味道也变得不同。于是，演唱会成为许多人致敬青春的最佳现场，这也是观众产生共鸣的现场，从音乐的共鸣到情感的共鸣，音乐会的现场氛围给予了音乐以及人们更多的想象空间，环顾左右有许多人与你一起聆听，一起打节拍，温暖的感动在心慢慢生长。

在如今的网络世界，沟通变得便捷，我们正在享受着科技发展带来的福利，听音乐也方便了许多，上网即可听。但面对面的、看得见的音乐演出，是无法替代的。或许谁都无法想象未来的音乐以何种形式呈现，但源自现场演出的感动却是歌迷的追求。就像此刻的我们，依然充满热情地走进演唱会现场，因为，这里有音乐，有青春。

