

演出一票难求、酒店人满为患、设备商订单大增

演唱会经济缘何呈现爆发式增长

核心阅读

作为注意力经济的一种,演唱会等线下大型演出不仅可以带来可观的门票收入,还可以在短时间内聚集海量客流。“演艺+旅游”作为一种时尚、特色的文化旅游资源组合,为文旅融合打开了一扇新的大门,丰富了城市消费新业态。

前不久,“五月天北京鸟巢演唱会”门票开售,短短几秒的时间,6场演唱会总计近30万张门票就被抢购一空。网络上,没有抢到票的“粉丝”纷

纷喟叹:“十万人的鸟巢容不下一个我!”

据统计,今年全国已经举办了400多场演唱会,其中四五月份进入

旺季,每个月有近150场,已经超过了2019年同期水平。业内人士预估,今年大型演唱会数量将突破1000场,带动观演人次600万到800万人。

C

全面释放 演艺经济溢出效应

演唱会是一项集文化、娱乐、经济于一体的综合性活动,不仅能够带给人们愉悦的体验,还能够经济上产生巨大影响和利益。

“从目前来看,演唱会热度没有不能持续的理由。”艾媒咨询分析师张毅说,消费者对于演唱会的需求已经和之前不一样了,很多年轻人已经将一起看演唱会当作一种社交手段。再就是对现场音效品质的要求,能够得到比线上更高质量的音乐体验。

重庆工商大学莫远明教授建议,各地政府和企业合理规划下,鼓励并吸引更多的明星前来开展演唱会活动,并加以有效的管理和跟进。尤其在当前,明星扎堆演唱,官方渠道“一票难求”成常态。不过与此同时,各社交平台却出现了铺天盖地的“二手票”和“加价票”,亟须对“黄牛乱象”果断出手,这样既能丰富居民的文化娱乐生活,又能够推动当地经济的快速发展和繁荣。

重庆市文化旅游委艺术处副处长汤涛表示,面对观众蓬勃的观演需求,演艺市场的供给侧潜力尚需挖掘。首先,要提升本土创作生产水平,不断提高本土演出质量,为演艺市场不断“造血”;其次,要积极培养观众看演出的习惯,推动演出市场发展;最后还要推进业态模式创新,鼓励发展中小型、主题性、特色类的演艺新空间,进而形成特色鲜明的都市演艺聚集区,促进文旅消费和高质量发展。

“应进一步深挖演艺市场潜力,除了要继续加大力度引进优秀文艺产品以外,还要做好各项配套服务,做大、做强产业链,将演艺活动带来的巨大人流延伸到旅游景点、酒店、餐饮、购物等整条文化旅游消费链,充分释放演艺经济的溢出效应。”莫远明说。

(据《工人日报》)

A 各地演唱会强势回归

5月以来,北京的大型演唱会场地格外繁忙。5月7日,音乐人陈粒率先登台凯迪拉克中心,13日、14日任贤齐接棒,这些音乐人都展现出超强的市场号召力,场馆内几乎满座。5月26日至6月3日,五月天在国家体育场鸟巢上演主题演唱会,即便在京举办6场,开票时仍瞬间“秒空”。

受疫情影响,演唱会等大型公共文化活动一度被限制,但今年以来演唱会强势复苏,有消息称:“很多演唱会重点城市的剧场档期今年已经排满,有些甚至排到了2025年。”

据不完全统计,今年以来,周杰伦、林俊杰、五月天、李荣浩、

张韶涵、张杰、许巍、刘若英、任贤齐、汪峰等知名歌手相继官宣举办(巡回)演唱会,叠加迷笛、草莓、咪豆等户外音乐节扎堆上线,线下音乐演出频频掀起“热浪”,相关演出项目覆盖全国超40座城市。

秒售罄、高票价、扎堆新一线,线下大型演出市场重启后,周杰伦等人气明星迅速带火了演唱会经济。以周杰伦2023嘉年华世界巡回演唱会为例,三城12场门票一开售就“秒光”,最热门场次有约300万人参与抢票。巡回演唱会北京站共有5万张门票,平均票价为1280元。仅一城门票收入就是6400万元。再加上赞助和周边的收入,总收入近亿元。

据中国演出行业协会演出票务信息采集平台数据监测,今年一季度,全国营业性演出场次6.89万场,较去年同比增长95.42%;演出票房收入49.80亿元,较去年同比增长110.99%。天眼查数据显示,目前我国有演出经济相关企业近53.7万余家,其中2022年新增注册企业7.3万余家,增速达16.5%。

中演协调研数据显示,“五一”期间大型演出项目的跨城购票观演人数占比超过总人次的50%,按照综合带动指数初步测算,5天假期内,仅音乐节和演唱会项目带动演出票房之外的交通、食宿等综合消费规模超过12亿元。

B 杠杆效应日益凸显

“近年来,演唱会、音乐节带动文旅产业发展的杠杆效应日益凸显。”飞猪相关负责人表示,从数据来看,演唱会的举办对旅游行业有极大促进作用,比如“五一”假期演唱会、音乐节所在地周边的酒店预订量同比暴增超20倍,部分热门酒店甚至“一房难求”。

作为五月天的“铁粉”,家住重庆龙湖西苑的刘小姐早早预订了酒店,5月26日上午便请假一天飞北京。刘小姐告诉记者,预订时房价为750元/天,现在的挂牌价为1580元。

“有几年没去北京了,这次正好趁观演机会顺带旅游,飞机、酒店加上门票,基本上花掉了去年的年终奖。”她笑着对记者说。

据了解,像刘小姐这样为偶像奔赴的“粉丝”并不在少数,大型音乐节和演唱会的举办亦带动交通出行以及场馆周边食宿、商超等文旅消

费业态的收入上行。

演唱会的举办,通常会吸引许多周边商家前来设立临时摊位,如饮品、小吃、纪念品、演唱会周边产品等等,进一步促进商业发展,拉动城市消费。

近年来,一些城市已经开始将演唱会作为重要的文旅产业来发展,取得了不少的成果。比如演唱会经济也能够带动相关配套行业的发展,音响、灯光、激光等演艺设备需求在演唱会高峰期大幅增加,相应的音响、灯光、激光设备生产厂家也将得到较大的发展。这不仅能够促进当地相关配套产业的发展,同时也能够带动全国范围内的产业升级和技术进步。

记者了解到,受益于演出市场前景气度回升,舞台灯光设备头部企业浩洋股份业绩延续去年增势,一季度实现营收和净利润分别为3.30亿

元、9965.54万元,同比增长42.47%、62.65%。

前不久在广州举行的GETshow展上,一家娱乐灯光设备厂商向媒体透露,售卖给音乐演出承办方的设备较去年同期增长了10%至20%;有激光厂商在“五一”期间为大型音乐节提供了舞台激光灯服务,而此前少有类似订单。

美团、大众点评数据显示,截至开票日,五月天演唱会期间,北京全城的住宿预订量较2019年同期增长约300%,其中鸟巢周边5公里的住宿预订量更是上涨2400%。

中国旅游研究院国际研究所所长杨劲松认为,演出市场的繁荣不仅能为举办城市带来直接的经济效益,更能提升城市知名度、展现城市良好的营商环境等,为后续吸引更多游客旅游,甚至为招揽投资打下基础。