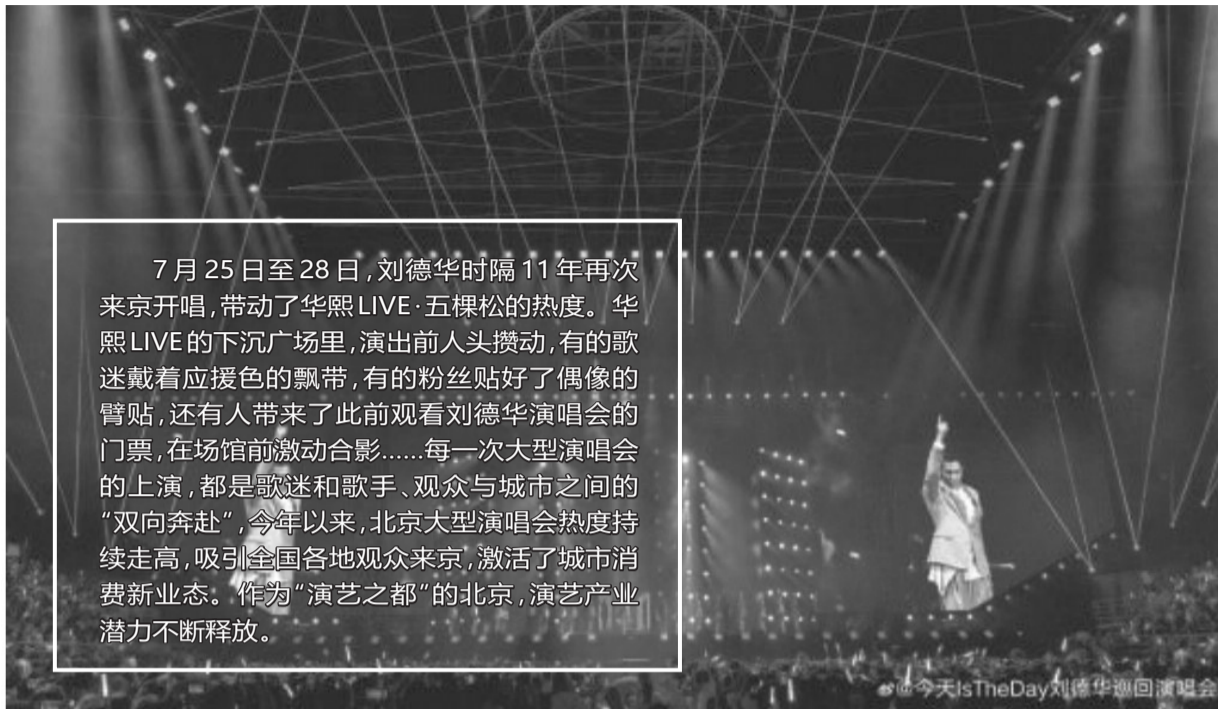


带动文旅消费 演艺市场火热 众多歌星接连开唱



刘德华演唱会现场

7月25日至28日,刘德华时隔11年再次来京开唱,带动了华熙LIVE·五棵松的热度。华熙LIVE的下沉广场里,演出前人头攒动,有的歌迷戴着应援色的飘带,有的粉丝贴好了偶像的臂贴,还有人带来了此前观看刘德华演唱会的门票,在场馆前激动合影……每一次大型演唱会的上演,都是歌迷和歌手、观众与城市之间的“双向奔赴”,今年以来,北京大型演唱会热度持续走高,吸引全国各地观众来京,激活了城市消费新业态。作为“演艺之都”的北京,演艺产业潜力不断释放。

北京成为歌迷观演目的地
场地场次升级

7月26日晚,从浙江来北京看刘德华演唱会的董女士在体育馆里喊哑了嗓子,一首首全场大合唱的歌是她的青春记忆,也是她期待已久的音乐之约。原本,她订的是26日一早飞北京的机票,担心受近日台风影响,特意退票改买了前一天的高铁,提前到达了北京。演唱会之行变成了两天的北京短途旅行,她逛了琉璃厂,探访北京小吃,还早早就“踩点”演出场馆,等待和一万名粉丝共赴“约会”。

今年北京大型演唱会的热度高涨,成为不少歌迷的追星目的地。张学友、凤凰传奇、莫文蔚、五月天、李荣浩、张信哲、王心凌等歌手纷纷登台,进入7月份之后更是迎来暑期高峰,刘德华、梁静茹、动力火车、薛之谦、好妹妹乐队相继开唱,即将到来的8月,还有汪峰、张杰、徐怀钰等明星来京办演唱会。无论近处的河北、天津,还是远至广州、黑龙江,都有歌迷“跨越山海”而来。

据中国演出行业协会统计分析,2024年上半年全国大型演出市场呈持续上升态势。由于2023年演唱会市场火爆,演出机构在今年扩大了演出规模,部分歌手转而进入可容纳观众人数更多的场地举办演唱会。这一现象在北京演唱会市场体现得非常明显,去年在体育馆举办演唱会的张信哲,今年升级前往鸟巢,多年前在剧场举办演唱会的辛晓琪,今年直接在国家体育馆开唱。

演出市场上,北京演唱会的规模体量非常可观。数据显示,2023年全国范围内5000人以上大型演唱会票房收入146亿元,全年演出2400余场,观演人数达2000万以上,单场票房超过1000万的大型演唱会占比达39%。今年6月,当刘德华北京演唱会开票时,总计3万余张门票吸引了超过120万人同时在线抢票。半个月前,薛之谦在鸟巢举办6场演唱会,五六月之交,五月天在鸟巢更是破纪录地唱了10场,以鸟巢三面台演唱会可容纳4万人做保守计算,6场演出可吸引24万人次观演,10场则共达40万人,票房收入显而易见。

吃住游玩促进文旅消费
打“飞的”看演出

为一场演出奔赴一座城已经成为当代年轻人的生活方式,跨城观演比例的提高,也体现了演唱会拉动文旅的经济价值。

“我终于可以请我妈妈看演唱会了!”7月27日,观众迪迪在社交平台分享她带妈妈来京看刘德华演唱会的喜悦。今年6月,在河南工作的她看到刘德华北京演唱会开票的信息,立刻决定抢票,“我妈妈是刘德华好多年的歌迷了,我小时候就听她唱《忘情水》。”迪迪说,“居然那么幸运抢到了票,我们一起来北京圆梦!”

“在过去,不少人觉得打着‘飞的’看演唱会兴师动众,旅游出行也会提前很久规划。但现在,演唱会变成了游客策划旅行的原动力,也是旅游出行的第一目的。”北京演出娱乐行业协会会长张海君说,观演观念的变化和演唱会市场的爆火相互影响,更重要的是,这一观念的转变已从偶发性变成了常态化,让演唱会成为带动文旅的一大引擎。

灯塔专业版运营总经理王舒介绍,2023年全国大型演唱会跨城观演比例达68%,创历史新高。“与非跨城观众相比,跨城观众也倾向于观看演出后在当地及周边城市进行旅游,占比达到26.8%。”王舒说,不少观众会选择在观演城市展开一次1到3天的短期旅行,吃、住、行、玩对城市的文娱消费贡献不容小觑,“以两千元消费作为分界点,跨城观众与非跨城的观众在演唱会的消费上存在明显的差异,跨城的观众更愿意为高品质的演出付费,追求更加极致的观演体验,也更愿意为深度体验和优质服务买单。”

演唱会综合效益日渐提升
变“流量”为“留量”

跨城观演比例逐渐提升,演艺行业对城市发展产生越来越明显的“杠杆效应”,大型演唱会也因此被称为“行走的GDP”。当演出场次日渐增多,把观众的“流量”变为“city walk”的“留量”,体现的是北京这座城市的综合吸引力。

“演出领域,大型演唱会对经济的带动最具特殊性,具有机动性、灵活性的特点。”张海君说,演唱会在已建成的大型场馆上演,这意味着前期投入的成本很低,不断容纳歌手轮流登台,带动更高的经济效益。有数据显示,2023年9月,周杰伦在天津的4场演唱会综合带动效益33亿元,今年在天津举办的两场林俊杰演唱会,综合带动效益为15亿元。

看演唱会不再是一年一次的稀缺品。王舒透露,目前演唱会观众的观演频次都在提升,“在一年内观看两场及以上演唱会的购票观众,占比超过20%,一年看4次演唱会以上的观众占比也能达到4%。”北京作为全国文化中心和“演艺之都”,来京举办演唱会的歌手数量庞大,总场次也在国内遥遥领先,有更多机会吸引各地观众反复来京。

目前,北京为观演观众提供的配套服务越来越完备,鸟巢、国家体育馆、华熙LIVE·五棵松附近的商圈非常活跃,随时迎接着体育馆吞吐的大量人流,为他们带来绝佳的夜生活体验。张海君建议,文旅部门可以提早策划,比如在演出获得审批后顺势而为,把单一的演出项目变成综合的文旅品牌活动,以整体策划推动文旅发展,“这无论是对提升来京观众观演意愿、消费意愿,还是对‘演艺之都’建设的整体规划,都会起到长远、有益的影响。”

记者 韩轩 来源:北京日报