

借力演唱会撬动城市文旅消费市场

江门，“演艺经济”乘风起



刚刚过去的周末，江门的演出市场格外热闹。9月16日—17日，周柏豪在江门市体育中心体育馆连开两场演唱会；9月16日，著名男高音歌唱家、爱乐男声合唱团团长戴玉强来到江门演艺中心侨都大剧院，为市民带来一场精彩纷呈的声乐公开课，吸引很多外地文艺工作者慕名而来……

9月16日—17日，乐迷们相约参加周柏豪演唱会，大家一边交流，一边拍照并分享到“朋友圈”。“江门体育中心又有演唱会可以看了，一晃好几年，太激动了。”观众区莹告诉记者，时隔多年再次在江门看演唱会，觉得弥足珍贵。

今年以来，江门演出市场全面复苏，接下来还有多场重磅演出将陆续上演：9月23日，Dear Jane将在江门市体育中心体育馆激情开唱；10月21日，2023张韶涵「寓言」世界巡回演唱会也将举办……记者登录相关购票平台发现，目前我市所有大型演唱会的门票均已售罄。

演唱会门票抢手，是今年以来全国演出市场强势反弹的一个缩影。今年以来，线下演出市场强势复苏，特别是各地举办的演唱会、音乐节数量都迎来“井喷式”增长，演唱会经济成为今年消费市场中的一大热点，以“90后”“00后”为主的年轻人正在成为消费主力军。

一边是线下演出市场全面复苏，一边是城市借力打造文艺新高地，双方相向而行。在“促进消费持续恢复和扩大”的背景下，用演唱会去撬动城市文旅消费市场，无疑是正确的选择。当前，全国各地正抢抓“演艺经济”以带动各类消费场景，那么江门在各地风起云涌的竞争中，有何基础？有何优势？如何在“抢演大赛”中找准风口，续上文旅市场的“狂飙”效应？

文/图 江门日报记者 张浩洋 陈敏锐 郭永乐



上周末，周柏豪在江门体育中心体育馆连开两场演唱会。

现状

二线、三线城市成为演出市场新的承载地

1986年，崔健在北京工人体育馆舞台上以嘶吼的《一无所有》，开启了中国摇滚乐的一个时代。过往，谈起大型演唱会，我们总是习惯与北京工体等老牌场馆联想在一起。如今，这一现象已经转变，更多二线、三线城市成为演出市场新的承载地。

8月17日—20日，周杰伦首次在呼和浩特举办演唱会，并将于9月21日—24日在太原举办巡演；TFBOYS将“十年之约”演唱会放在西安，而不是北京、上海等一线城市；薛之谦“天外来物”巡回演唱会选址衢州、南宁、佛山、南昌、连云港、遵义等地……放在过去，这些城市恐怕很难与大型演唱会搭上边。

今年很多二线、三线城市都尝到了“演艺经济”的甜头，即便是“非顶流歌手”与“二三线城市”的结合，也碰撞出令人咋舌的“吸金”效应。

据中国演出行业协会发布的数据，2023年上半年，大型演唱会、音乐节共演出506场，票房收入24.97亿元，观众550.10万人次。其中，二季度大型演唱会和户外音乐节演出428场，环比增长448.72%；演出票房收入22.31亿元，环比增长738.6%；观众482.23万人次，环比增长611.71%。

对于乐迷、“粉丝”来说，看演唱会是享受、是“追星”，目的直接又单纯。但对于一座城市而言，承办演唱会则有更丰富的目的，背后的意义也更深刻。

近年来，二线、三线城市乃至一些县城的文化基础设施建设提速，大型体育场馆已经不是稀缺资源，很多地方逐渐累积起接待和应用大型场馆的能力。

今年2月，国家体育总局公布《体育总局关于表彰2021年全国体育事业突出贡献集体和个人的决定》，江门市滨江体育中心（江门体育中心）成功上榜。

江门体育中心2018年落成启用，张学友、许冠杰、谭咏麟等香港著名歌星都曾到江门体育中心举行演唱会。世界排球联赛（广东·江门站）、东京奥运会亚洲男排资格赛等40多场国内外大型赛事也在此上演。

“江门体育中心拥有‘两馆一场’，体育场有座位2.5万个（包含一个田径副场），体育馆有座位8500个，游泳馆有座位2500个。作为中国著名侨乡，大量的港澳艺人籍贯都是江门，他们在家乡举办演出活动，提高江门知名度的同时，也是返乡之旅。”江门滨江江华体育会展中心相关负责人表示，相比一线城市，二线、三线城市场馆的综合使用成本更低、排期更容易，在门票销售渠道等商业平台和模式日益成熟的条件下，更加具有优势。

一场演唱会背后承载的是逾万人的衣食住行，能带动衣、食、住、行、游、购、娱等十几个行业的消费。

9月8日，江门华茵广场亚朵酒店、江门东站附近智选假日酒店开业；9月26日，毗邻江门体育中心、以国际五星级标准打造的江门保利皇冠假日酒店也将开业……短短1个月内，江门迎来3家中高端品牌酒店，为游客们提供了更多选择。

文化兴则城市兴，文化强则城市强。演出市场的活跃及其对消费的拉动、对经济的带动作用，最能体现精神文明建设物质文明建设齐头并进的发展景观，充分彰显文化的力量。

今年6月底，第三届江门艺术季在江门演艺中心正式启动。星海音乐学院排演的大型民族管弦乐组曲《大湾情缘》作为开幕演出，赢得观众一致好评。作为我市规格最高、规模最大、最具影响力的艺术盛会，江门艺术季掀起了侨乡文艺热潮。

江门物华天宝、人文荟萃，文化底蕴深厚、旅游资源丰富、艺术氛围浓厚。今年以来，我市坚持以文塑旅、以旅彰文，一系列融合产品获市场追捧，旅游市场异常红火，展现出强劲的发展势头。

作为集文化、娱乐、经济于一体的综合性活动，演唱会等线下大型演出不仅可以带来可观的门票收入，而且可以在短时间内聚集海量客流，进而扩大城市知名度，丰富消费新业态。

可以预见，随着演唱会的持续“高温”，江门文艺市场将进一步点燃，并蔓延至更多业态。因此，江门当以丰富优质的产品和服务，将一场场流行文化的盛宴变成发展自身的良好商机。

困境 各类演出场景尚未全面开花

同样在刚刚过去的周末，2023珠海草莓音乐节在珠海市金湾区榄溪沙广场唱响，万能青年旅店、张震岳、郭顶、海龟先生、声音碎片、落日飞车……一个个熟悉的歌手与乐队齐聚音乐节，以迥异风格、多元曲风吸引了不少年轻歌迷。

同一个周末，2023无锡太湖音乐节火热开唱，既有凤凰传奇、黄绮珊、许嵩等大家耳熟能详的“国民级”歌手、组合，也有梁心颐、张星特等近年来崛起的唱作歌手，还有新裤子、王牌计划、秘密行动等别具一格的乐坛新秀。

和朋友一起参加一场音乐节，在户外释放热情、挥洒青春，成为许多年轻人这个夏天的“标配”。

“为什么年轻人这么喜欢音乐节？”“因为一段深入人心的旋律。”“能够在同一天看到自己喜欢的乐队和歌手。”“音乐节更加自由，可以在不同的舞台、不同的时段看到风格不同的演出。”“户外音乐节带来的是一种热烈奔放、轻松惬意的氛围。可以暂时忘却生活的忙碌，大声歌唱、尽情舞蹈，释放压力、享受青春，结识新的朋友。”多位音乐节爱好者向记者表示。

越来越多的城市正在积极加入举办音乐节的行列，“音乐节+旅游”的组合打法也为城市文旅产业复苏注入新动力，成为刺激各地文旅消费的一匹“黑马”。

当下，这场“抢演大赛”仍在继续，早在今年8月，镇江市便发布了中秋国庆假期长江·泡泡岛音乐与艺术节演出名单，演出两日分别由杨千嬅、鱼丁糸、陶喆、朴树、陈绮贞等华语乐坛重量级音乐人领衔。“我早早抢到了音乐节的票，音乐节恰逢国庆长假，刚好之前没有去过镇江，便做了攻略，计划音乐节后在这座城市进行短途旅行。”江门乐迷陈芳芳表示。

在音乐节“抢演大赛”中，江门还需奋起直追，与品牌音乐节主办方合作或许是最佳途径。以迷笛音乐节为例，作为国内户外音乐节的“开创者”，迷笛音乐节已走过23载。今年以来，迷笛音乐节已在海南海口、山东烟台、内蒙古海拉尔、新疆乌鲁木齐等城市举办了大型户外音乐节。在重庆四面山、青海德令哈等旅游目的地举办迷笛音乐节之夜，国庆假期还将在河南南阳连演4天。江门拥有丰富的旅游资源，相信音乐节与旅游紧密结合发展同样拥有广阔的空间。

在文艺演出范围内，江门目前也面临着“瓶颈”，演出剧目数量与上座率仍未达到预期。“在充满活力和竞争的演出市场里，如果没有政府扶持，许多院团对于商演乃至巡演是束手无策的。目前，江门演出的形式还较为单一，各类演出场景尚未全面开花。”江门演艺中心执行董事王文俊表示。

在王文俊看来，演出市场的繁荣不能单纯依赖国际知名剧目和名家名团。推动原创作品，夯实创作能力，讲好中国故事，是演出从业机构坚持不懈的目标。江门拥有丰富的文化资源和潜在的观众群体，演艺活动的下沉能够丰富当地的文化生活，提升城市的知名度和吸引力，也为当地人提供了更多的娱乐选择。

“我们并不想一枝独秀，我们更希望文艺演出百花齐放，实实在在提升文艺演出的浓厚氛围，让市民关注文艺演出，走进剧院，感受艺术的魅力。”王文俊说。

作为本地主流媒体，江门日报社也不断颠覆纸媒传统的运营方式，整合报业和演艺两个行业，将演唱会作为一个产品来精心打造，将明星的号召力和传媒的影响力有机融合，从而实现经济学上的“帕累托最优”。“仅是今年，我们已经成功主办了萧正楠江门站演出；由我们主办的张韶涵江门站演出也即将开启。”江门日报社相关负责人表示，跳出报纸做活动，跳出媒体做产业，跨界从事相关多元化经营既整合了报社的宣传资源、客户资源、团队资源、品牌资源，也整合了演艺市场的明星资源、观众资源，两者产生“化学变化”，激发出“1+1>2”的效果。

如今，观众对观演体验和沉浸感的要求越来越高，不仅关注演出本身，还期待通过观演来满足社交需求。因此建立完整的产业链还需要更多专业化、差异化和定制化的服务，相关部门和企业更应积极调整和创新商业模式，提升产品和服务质量，更好地满足观众需求，推动周边产品规模化发展。

营销只能带来昙花一现。”王文俊表示，要保持活跃度，就需要演出机构不断推出优秀作品，丰富演出产品供给。同时，还要不断创新营销模式，提升产品影响力，拓展演出业态，扩大市场规模。

文艺演出关键在人才，没有人才的涌现和成长，城市就缺少“破圈”的力量。因此，鼓励和支持更多区域创作者和院团创作更多低成本作品，让本地人才有创作和实际演出的机会，成为孕育出更多优秀作品的重要方式。

“我们打造了‘音乐大讲堂’品牌项目，聘请了国内外多位著名音乐专家到江门以学术研讨、公开课、演出等形式开展活动，让广大音乐工作者和音乐爱好者在‘家门口’享受到高水平的艺术资源和交流机会。”江门市音乐家协会主席蒋秦表示，“音乐大讲堂”已举办了近30场，就是希望为侨乡文艺事业发展积蓄力量；下一步将坚持把这个品牌项目做好做强做精，为年轻一代音乐工作者打造更利于成长的空间和舞台，努力培养更多音乐人才。

五邑大学美育教育中心主任冯明曦则认为，“江门可以侨为‘桥’，进一步挖掘本土侨特色和资源，在现有优秀剧目的基础上多开展主题性原创音乐作品征集和展演活动，打造江门品牌文化节目，走出江门、走出广东，让百姓通过多元化的精神盛宴了解本土历史文化”。

随着各类演出场景深入融合，各类消费场景不断涌动，我们期待江门能在“抢演大赛”中脱颖而出。

破局 擦亮城市名片带火各类消费场景

“能抢到票就是幸运，跨城也值得。”来自重庆的歌迷陈俊俊在抢到Dear Jane江门演唱会的门票后，马上预订了江门的酒店。“演唱会门票叠加路费，再加上食宿、逛景点等开销，算下来也得好几千元。”他给记者算了笔账。

像陈俊俊一般，许多歌迷热情高涨，一些抢手的演唱会和音乐节甚至出现了数十万歌迷在抢票、门票开售秒光的情景。

然而，演艺活动也考验着一座城市的治理能力，诸如演出体验感不佳、秩序混乱、漫天定价、“黄牛”倒卖门票等问题，也需要进一步处理和规范。

日前，国家发展改革委发布恢复和扩大消费20条措施，其中也明确

提到，要“优化审批流程，加强安全监管和服务保障，增加戏剧节、音乐节、艺术节、动漫节、演唱会等大型活动供给”。

演艺活动一头连着文旅消费，一头连着城市形象，因此，江门更应该在培育市场主体、完善软硬件条件、推进高标准场馆建设、做足服务保障等方面持续发力，把文旅市场打造成为拉动消费、扩大内需、促进经济发展的主战场。

与此同时，我们要看到，现在很多年轻人喜欢出去走走看看，江门要持续通过演艺活动拉动消费，覆盖更广泛人群和更长时间段，则需在配套方面做出更多创新，注意差异化。“人际口碑传播是长效传播，产品质量一定得扎实，过度

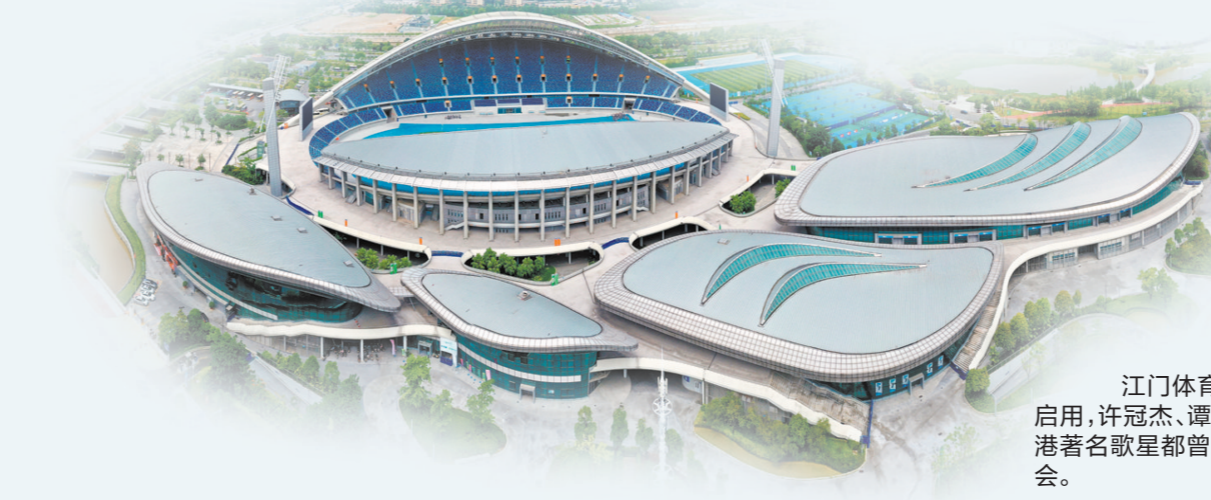
营销只能带来昙花一现。”王文俊表示，要保持活跃度，就需要演出机构不断推出优秀作品，丰富演出产品供给。同时，还要不断创新营销模式，提升产品影响力，拓展演出业态，扩大市场规模。

文艺演出关键在人才，没有人才的涌现和成长，城市就缺少“破圈”的力量。因此，鼓励和支持更多区域创作者和院团创作更多低成本作品，让本地人才有创作和实际演出的机会，成为孕育出更多优秀作品的重要方式。

“我们打造了‘音乐大讲堂’品牌项目，聘请了国内外多位著名音乐专家到江门以学术研讨、公开课、演出等形式开展活动，让广大音乐工作者和音乐爱好者在‘家门口’享受到高水平的艺术资源和交流机会。”江门市音乐家协会主席蒋秦表示，“音乐大讲堂”已举办了近30场，就是希望为侨乡文艺事业发展积蓄力量；下一步将坚持把这个品牌项目做好做强做精，为年轻一代音乐工作者打造更利于成长的空间和舞台，努力培养更多音乐人才。

五邑大学美育教育中心主任冯明曦则认为，“江门可以侨为‘桥’，进一步挖掘本土侨特色和资源，在现有优秀剧目的基础上多开展主题性原创音乐作品征集和展演活动，打造江门品牌文化节目，走出江门、走出广东，让百姓通过多元化的精神盛宴了解本土历史文化”。

随着各类演出场景深入融合，各类消费场景不断涌动，我们期待江门能在“抢演大赛”中脱颖而出。



江门体育中心2018年启用，许冠杰、谭咏麟等多位香港著名歌星都曾在此开过演唱会。