



一场演唱会背后的经济账

■ 记者 郝一萍

1元门票带动周边消费4.8元

灯光璀璨，音浪翻滚，当舞台上的歌手唱响熟悉的旋律，台下歌迷们的热情瞬间被点燃。

演唱会市场有多“疯狂”？据文娱行业数据分析平台灯塔专业版统计，今年前8个月，全国演出总票房突破200亿元。其中，演唱会票房占比超八成，达164.6亿元，同比增长43%；全国观看演唱会2299.9万人次，同比增长50%。

中国演出行业协会曾发布数据显示，演唱会门票消费对当地消费拉动比达1:4.8，即门票花费1元，带动周边消费4.8元。

如今，演唱会已不只是音乐盛宴，更是一股强劲的经济动力，引来诸多行业的消费热潮。



升级设备

衍生相机租赁新业态

人们用一场场音乐狂欢装点着周末生活，用一个个“九宫格”记录那三个小时的欢乐时光。色彩斑斓的照片背后，是一群扛着“长枪短炮”的歌迷。从拍照到剪视频、从技术到拼设备，这些歌迷对“打卡”演唱会的需求正逐渐升级。

在社交媒体上搜索“演唱会拍摄神器”能发现数百篇帖子，提到的设备包括手机、相机、镜头等。其中，由于一些演唱会场馆对专业相机和支架有所管控，所以拍摄性能较高的手机和卡片相机成为一些用户的首选。

据了解，目前，在歌迷群体中，大疆、松下、佳能、尼康等品牌的相机以及三星、vivo等品牌的手机较受欢迎。其中，vivo还专门为演唱会观众推出了增距镜，效果相当于在镜头上安装一个望远镜。该产品售价上千元，一度在部分门店售罄。

“最近，我一直在看拍照设备，预算在3000元至4000元，考虑过索尼DSC-HX99和松下ZS99这两款相机。”歌迷小刘正在为9月的一场演唱会做准备。这场演唱会将是她今年看的第11场。

据她介绍，在这两款相机中，前者为2018年上市的老款，国内首发价为3000元左右，但目前在二手平台上售价最高可达7000多元，远高于首发价；后者是今年新款，国内首发价为2998元，不过目前官方售价已涨至3198元，而且官网曾连续数月断货，其间只能向中间商加价数百元才能买到。

“今年以来，演出市场格外火爆，许多热门演唱会一票难求，适合舞台拍摄的设备价格也随之水涨船高，甚至出现了二手商品价格高于首发价的情况。”经过再三考虑，小刘决定以租代购，“租设备看演唱会是很常见的，许多学生和不想一次性花太多钱的上班族都租。”

在小刘的引导下，记者从二手交易平台搜到诸多出租拍摄设备的链接，价格大多在80元/天至500元/天，出租的设备包括手机、相机以及镜头。

一位店主表示，店内最受欢迎的是三星手机以及佳能的长焦卡片相机和单反套机。其中，手机租金基本在100元/天以内、卡片相机租金为100元/天至200元/天、单反套机租金在200元/天以上。租用相机，可配有电池、内存卡、读卡器、充电器和相机包。往返快递时间不计算在内，租的时间越长，价格越优惠。

“比如这款佳能R50相机配RF100-500mm镜头，相机租赁首日115元/天、续租30元/天、租3天送2天，镜头145元/天、3天起租。实际收费还会有一定优惠，优惠后，租一天的价格是560元，而租5天只需680元。目前，这一套市场售价为2万多元，租用还是比较划算的。”该店主坦言，“我们不希望用户租的时间太短，因为往返快递要耽误好几天，而且运输途中存在受损风险，邮费成本也高，所以宁愿少赚点，也希望客户长租。”

该店主表示，设备出租集中在每周五到周日，大部分用户租用是为了看演唱会，偶尔也有带去旅游的，“演唱会集中的时候，需要提前一周预约，热门机型最好提前半个月。”

据店主介绍，为了降低设备损耗的风险，他要求用户拍摄收货和发货的开箱、封箱视频，提前支付数千元的押金。如果客户能提供身份证件、学生证或工作证、芝麻信用、演出门票信息等，也可以免付押金。



交通住宿

平台推出专属优惠

对于外地歌迷来说，除了演唱会门票外，住宿费和机票、高铁票等交通费是两笔较大开支。对此，一些追全国巡演的歌迷有自己的省钱“诀窍”。

“通常，演唱会场馆附近的酒店价格变化快、幅度大，在歌手官宣演唱会之后，可能会立马翻倍。”陈楚生的歌迷杜菲菲点开手机上的酒店订单说，“今年9月，陈楚生将在南京梦之蓝青奥体育公园体育馆开两场演唱会。6月16日，演唱会过审当天，我就在场馆附近订了酒店。”

杜菲菲的订单信息显示，她订的酒店距离演唱会场馆1000多米，走路需20分钟左右，距离地铁站不到100米。她预订的价格为208元/天，截至发稿时，同房型已售完，相似房型已涨至400元/天。

提前预订酒店，万一没抢到票怎么办？对此，她指着订单上方的一行小字说：“现在，许多酒店都有入住当日可免费取消的服务，而且场馆附近的酒店在开演唱会前后几天不愁订不出去。”随后，记者在采访中了解到的情况也印证了这一说法。

9月27日，天津奥林匹克中心体育场将举办演唱会。在携程上按距该场馆步行距离搜索酒店，最近的一家只有200米左右。该酒店在演唱会前后几日的价格相差较大，距离演出当天越近，价格越贵。页面显示，演唱会前两日，该酒店价格分别为215元/天起、453元/天起；演唱会当晚为750元/天起，其中3个房型已售罄；演唱会后两日的价格逐日走低，分别为571元/天起、215元/天起。同时，该酒店还注明支持“入住当天18:00前可免费取消”。

记者近日致电该酒店，其工作人员表示：“在演唱会前两天，我们酒店的房间可能订满。现在能订到哪个房型最好先订下来。”而对于演唱会当晚的房间要提前多久预订比较稳妥的问题，她笑着说：“这说不好，取决于歌迷什么时候知道要开演唱会的消息。”

随着演出经济逐渐升温，不少行业巨头也盯上这块“蛋糕”。

携程相关负责人告诉记者，从2023年起，该平台就观察到“文旅+演出”的上行趋势并进行布局。该平台数据显示，2024年，其展演类门票销售额增长414%，其中“95后”客群占比近七成，年轻人对于体验式消费、情绪旅游的热情，为旅游市场拓展体验式消费场景注入了新动力；还有更多年轻人开始乘飞机出国看演唱会，其出国观演订单同比增长达193%。

“近年来，携程一方面与市场上已有的演唱会、赛事等娱乐项目达成合作，另一方面积极探索自发、自创、自营的演出业务，打造了不少‘文旅+演出’融合项目。”该负责人举例称，“我们曾联合天津共同推出周杰伦演唱会惠民套餐，其中，近87%的用户来自外地。”

此外，携程还推出了演唱会门票+酒店的套票产品，比单独预订酒店优惠，包括本周末举办的潘玮柏天津演唱会就支持以这一形式购买。“演唱会对当地经济的带动力用十分明显。”携程上述负责人说。

大型演唱会现场人流密集，散场时段的出行需求尤为集中。滴滴出行平台关注到了这一情况。记者从滴滴获悉，今年7月19日举办谭咏麟天津演唱会当天，观众出行需求集中释放，打车需求对比平日上涨超90%；7月23日至25日张学友天津演唱会期间，打车需求也比平日上涨超70%。据了解，滴滴针对演唱会场景，通过线上智能调度、保障车队、区域接单奖励等多重举措，引导司机前往会场周边接单，确保散场高峰乘客需求得到及时响应。此外，针对演唱会、音乐节等活动，平台还为用户提供优惠券包，最高可享七折优惠。

中国南方航空也推出了演出展览专区，凭演唱会门票可享国内航班九折优惠，要求航班到达或始发地为该演出城市。

本版图片均由受访者提供

线下“打卡”

成商场引流“密码”

今年是林芝成为某位歌手歌迷的第35年，也是她成为这位歌手天津歌迷会干事的第32年。

“30年前，为了宣传演唱会，我们通过广播做了节目，平时也组织歌迷给电台写信。另外，我们还会出一些会刊，送给歌迷和周围的朋友。”林芝告诉记者，现在，歌迷会的组织者被称为“会长”，而以前则被称为“班长”，那时也没有应援的说法，歌迷会的朋友都是因为热爱而聚在一起、自掏腰包组织活动，许多当年一起打拼的朋友到现在也一直在联系。“今年，该歌手在天津开演唱会，很多歌迷从其他省市甚至国外远道而来，我们一起筹备了一些活动，包括布置花墙、线上宣传等，反响还不错。”

林芝告诉记者，前些年，演唱会场次不太多，比如她喜欢的歌手，两场演唱会中间最久的一次隔了十几年。“近两年，演唱会的‘密度’明显变大，许多歌手安排了巡回演唱会，甚至在一个城市连开很多场，这是我们以前想都不敢想的‘盛况’。”她感叹，“现在的歌迷真幸福。”

据了解，许多歌迷活动和商场联动，商场提供场地和大屏，歌迷为商场带来客流量。据林芝介绍，组织一场活动，往往需要三五十个人，工作内容包括和商场沟通、购买物料、布置场地、线上宣传等。

今年6月，莫文蔚的歌迷在天津大悦城举办了一场为期十余天的歌迷活动，设置了主题展、发放物料等活动，其间，莫文蔚也现身展区，吸引了来自全国各地的歌迷“打卡”。“我在展区拍照时，收到了其他歌迷送的物料。天津就是热情，这趟来得超值！”一名湖北歌迷在社交媒体上感慨道。

龙湖天津梅江天街相关负责人表示，今年该商场预计举办两场大型演唱会应援活动。活动期间，商场会免费提供场地，顾客持歌手天津演唱会门票在商场消费，还能享受一定优惠。

事实上，这不是龙湖天津梅江天街首次承接演唱会应援活动。去年12月31日，歌手焦迈奇在天津奥林匹克中心体育馆开唱。该商场当日曾举办快闪应援，包括铺设物料、发售黑胶专辑、赠送海报等。

歌迷郝逸告诉记者，她去年去过这位歌手在北京、上海、南京等地的演唱会，而天津场是她最难忘的。她回忆道：“在巡回演唱会上，生日场和跨年场是最有意义的，通常会安排特殊的环节。天津演唱会就是跨年场，近万人全场倒计时跨年，现场还喷洒彩带，氛围很好，很多歌迷都哭了。当日的快闪活动也办得很有新意，一整天下来，我们收获了很多感动。”

随着演出经济逐渐升温，不少行业巨头也盯上这块“蛋糕”。携程相关负责人告诉记者，从2023年起，该平台就观察到“文旅+演出”的上行趋势并进行布局。该平台数据显示，2024年，其展演类门票销售额增长414%，其中“95后”客群占比近七成，年轻人对于体验式消费、情绪旅游的热情，为旅游市场拓展体验式消费场景注入了新动力；还有更多年轻人开始乘飞机出国看演唱会，其出国观演订单同比增长达193%。

“近年来，携程一方面与市场上已有的演唱会、赛事等娱乐项目达成合作，另一方面积极探索自发、自创、自营的演出业务，打造了不少‘文旅+演出’融合项目。”该负责人举例称，“我们曾联合天津共同推出周杰伦演唱会惠民套餐，其中，近87%的用户来自外地。”

此外，携程还推出了演唱会门票+酒店的套票产品，比单独预订酒店优惠，包括本周末举办的潘玮柏天津演唱会就支持以这一形式购买。“演唱会对当地经济的带动力用十分明显。”携程上述负责人说。

大型演唱会现场人流密集，散场时段的出行需求尤为集中。滴滴出行平台关注到了这一情况。记者从滴滴获悉，今年7月19日举办谭咏麟天津演唱会当天，观众出行需求集中释放，打车需求对比平日上涨超90%；7月23日至25日张学友天津演唱会期间，打车需求也比平日上涨超70%。据了解，滴滴针对演唱会场景，通过线上智能调度、保障车队、区域接单奖励等多重举措，引导司机前往会场周边接单，确保散场高峰乘客需求得到及时响应。此外，针对演唱会、音乐节等活动，平台还为用户提供优惠券包，最高可享七折优惠。

中国南方航空也推出了演出展览专区，凭演唱会门票可享国内航班九折优惠，要求航班到达或始发地为该演出城市。

本版图片均由受访者提供

美食大巴

开出餐饮消费新赛道

“来不及吃饭和散场后搭不到车是两个最大的难题。”谈到最近看的一场演唱会，歌迷高远说。

上周末，高远和朋友从天津出发，坐高铁到北京看演唱会。出发前，他在网上做了攻略：“许多演唱会会在晚上7时左右开场，下午5时左右检票，很多歌迷在演唱会开始前来不及吃饭。此外，演唱会散场时，人特别多，通常场馆门口设交通管制，不能打车。我们走到地铁站至少要半小时，而且有可能要等好几趟地铁才能挤上去。”正发愁时，他刷到一家餐厅发布的帖子——《演唱会散场免费美食大巴来接》，“这家餐厅离北京西站比较近，一些半夜赶火车的歌迷可以在餐厅休息，像我们这样晚上住在北京的，也可以坐美食大巴去餐厅，吃完再打车回酒店。”于是，他联系了这家餐厅，并进群报名。

该餐厅的工作人员告诉他，活动时，工作人员会推着音响播放演唱会上的曲目与歌迷互动。此外，餐厅还准备了气球装饰、音响、伴手礼、卸妆油、一次性牙刷、披肩等物品，顾客可以在店内免费过夜。

当晚，餐厅安排了4辆55座大巴和2辆备用车，最终，有148人接龙报名，大多数顾客预订了二人桌和四人桌。据大众点评显示，该餐厅人均消费110元。也就是说，当日晚演唱会散场后，若有148桌顾客到这家餐厅用餐，那么仅夜间销售额或达数万元。

高远提供的演唱会散场视频显示，海底捞、巴奴毛肚火锅等品牌的十余家餐厅的工作人员在场馆门口举牌子接人，路边停了十几辆大巴，车身上贴着宣传标语。“吃喝玩乐一步到位，现在餐厅都卷到这个程度了吗？”一位歌迷路过时笑着问。

“没想到演唱会结束后还能有一个接一个的惊喜。在餐厅，大家一起大合唱，我哭得稀里哗啦。”回忆起今年6月一场天津演唱会散场后的情形，歌迷小何依然十分动容。

据了解，这次活动是由几位歌迷组织的，“我们有歌迷群，平时经常聊天。5月中旬，我和朋友联系了天津站附近的一家餐厅，了解到这家餐厅可以在演唱会散场后免费提供车辆接人之后，就在歌迷群里发了消息，将报名的歌迷单独拉了群，并且在社交媒体上发了消息，最终有200多人进群。”艳儿是此次活动的组织者之一，她向记者展示了当晚的视频。视频中，餐厅工作人员举着音响，许多歌迷跟在后面挥舞荧光棒，排队在店里绕行、唱歌，还有歌迷坐在位置上笑着拍下这一场景。“一些人还在这次活动中交到了新朋友，甚至打算结伴去其他场次的演唱会。大家的热情让我们觉得很有成就感。”她说。

除了餐厅和歌迷组织这类活动之外，电商也盯上了这一小众赛道。今年8月，在五月天北京演唱会期间，美团联合西塔老太太泥炉烤肉、丰茂烤串、半重山火锅、巴奴毛肚火锅4个连锁餐饮品牌推出了“饱饱巴士”，在演唱会散场后免费接歌迷去这4个品牌旗下的餐厅吃饭。每辆“饱饱巴士”上贴着不同餐厅的名字，歌迷想吃哪家，就上哪辆车。

“每次看完演唱会我都会去餐厅‘续摊’，朋友们围坐在一起畅饮，这才是演唱会最棒的收尾。”一位歌迷说。

演唱会经济升温 有望成消费升级长期动力

近年来，艾媒咨询CEO兼首席分析师张毅关注到演唱会市场的火热。在他看来，演唱会经济对消费市场和城市经济的拉动作用非常明显，有望成为推动消费升级的长期动力。

“从2023年起，演唱会市场进入了高光时刻。许多城市都十分欢迎演唱会到当地举办。演唱会能直接带动餐饮、住宿、旅游、购物等领域消费。”他表示，眼下，人们对物质的需求已被高度满足，这时，精神文化方面的需求就成为当前消费的主要发力方向，而演唱会就是一种高品质的文化产品。

“我们着重观察了一些城市的演唱会经济。通常情况下，演唱会举办的前后一段时间内，能拉动周边商圈的餐饮门店客流量增长15%、酒店价格上涨20%左右。”张毅表示，知名的明星举办演唱会，能带动当地景区的人气，提升城市的知名度和吸引力。今年，有些城市就推出了出示演唱会门票可免全市多个景区门票的活动。

张毅表示，受演唱会经济影响的领域有很多。比

如，其对夜间经济的拉动尤为显著，甚至在一定程度上带动了城市人口就业，包括安保人员、布展人员、销售人员等；除了带动传统行业之外，演唱会也催生了拍摄设备租赁等新型消费业态；演唱会的玩偶、小卡等产品的销量大幅增长，一些产品的设计融入了城市元素，能增强歌迷和该城市间的互动；各大城市也可以通过演唱会，提升城市形象和外地网友对该城市的友好度，从而进一步挖掘文旅消费潜力。

不过，演唱会也容易带来一些负面问题，比如交通压力、安全隐患，以及周边居民日常生活受影响等。在张毅看来，解决这些问题需要靠当地政府支持。“很多城市，尤其是一线城市，在处理这方面问题时都有成熟预案，包括优化交通管理、建立临时交通配套、建立标准化的安全流程等。这是值得其他城市借鉴的。”他表示，“未来，演唱会行业从业者还应推进行业规范管理，既要提升演唱会的质量、服务水平，也要保障歌迷权益，提升观演体验感。这些歌迷有望成为城市形象的传播者和城市经济的拉动者。”

张毅表示，受演唱会经济影响的领域有很多。比