

2400%!一场演唱会的消费燃点有多高

沉寂了三年的演出市场,在这个晚春初夏迎来了“报复性”复苏。“地表最强”周杰伦、“情歌王子”张信哲、“校园民谣之父”老狼……最近一段时间,各大明星演唱会扎堆开唱。演唱会的高温正快速蔓延至多个行业。这个夏天,在薛之谦、五月天等一众明星的带动下,一场演唱会的举办也让周边住宿、餐饮、交通、展览等10余个行业的消费被瞬间激活。北京商报记者调查发现,演唱会举办期间,场馆周边部分餐馆人数环比增长40%;演唱会周边住宿预订量最高上涨2400%;公众用车需求环比增长630%……在从业者看来,融合了文化与旅游的演唱会消费市场,无疑可以在短时间内快速激活本地经济,但是如何发挥好短途消费的外溢效应,则成为各地未来促进文旅消费的“必修课”。



全国营业性演出(不含娱乐场所演出)场次
6.89万场
较去年同比增长**95.42%**

演出票房收入
49.8亿元
较去年同比增长**110.99%**

观演人数
2185.22万人次
较去年同比增长**142.96%**

演唱会、音乐节一季度售票量
超过**110万张**
是票房收入最高的演出类型

2023年一季度

演出密集仍一票难求

“谁抢到了五月天的门票?请问有人转让吗?”最近一段时间,各社交平台上,关于演唱会门票的消息异常火热。

据了解,自今年2月16日起,各地文化和旅游行政部门恢复对涉港澳台营业性演出的受理和审批,3月20日起,涉外营业性演出项目审批恢复,沉寂了三年的线下演唱会市场呈现出报复性复苏的局面。众多歌手的演唱会都出现了“开票即售罄”的场景。周杰伦7场演唱会共14万张门票瞬间秒空;五月天6场近30万张门票放票即售罄,一票难求已成常态;更有消息称有些区域的大部分剧场上半年场次已排满,个别剧场演出档期甚至排至2025年。

据中国演出行业协会票务系统采集与服务平台监测数据显示,仅“五一”假期期间,全国营业性演出就超过了3万场,票房收入15.19亿元,较去年同比增长962.2%,观众人数高达865.49万人次。

大型户外音乐节也于一季度呈现快速复苏态势。南京咪豆音乐节,官宣演出阵容的当天门票即售罄;草莓音乐节相继公布在11个城市的演出,已于一季度完成演出的西安站门票售罄。“五一”档期,仅在北京一地就汇集草莓、潮流、无限3个大型音乐节,另外还有奥森生活城市森林音乐节等。除了一些知名音乐节在全国各地举办外,市场上还涌现出不少地域性品牌和新品牌的音乐节。

“鸟巢”周边5公里住宿预订量上涨2400%

今年已经奔赴各地看过3场演唱会的乐迷张晓,在回忆自己的经历时,总结出了这样一条经验:“除了抢票,抢酒店也得拼手速。”

事实究竟是否如张晓所说?

即将“开唱”的张杰演唱会,其场馆附近的住宿市场也十分火爆。据华住集团北方公司提供的数据,截至5月17日,位于哈尔滨会展中心5公里以内的汉庭、程程等品牌门店在售预订率均超过70%,且持续上涨中。

五月天演唱会场地附近的住宿市场亦是如此。据美团、大众点评数据显示,5月9日11-12时,北京地区住宿的瞬时浏览量超过了今年5月1日同时段。截至5月9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%,上海、广州、天津、南京、杭州的预订用户最多。其中,“鸟巢”周边5公里的住宿预订量上涨2400%。

此外,北京商报记者登录携程App发现,5月20日晚康利中州国际大饭店(郑州奥体中心店)已显示该日期无可预订房型;5月21日则仅剩行政双床房一种房型。同时,5月20-21日(两晚)郑地奥体建国饭店仅剩价格为8360元/晚的行政套房一种房型。而这两天,薛之谦将会在酒店附近的郑州奥林匹克体育中心举办演唱会。

郑地奥体建国饭店工作人员表示,“酒店一共有116间房,5月20-21日这两天房间基本都预订满了,大家都是来看薛之谦演唱会的,客人都提前好久,在刚刚有票的时候就已经开始进行预订了”。

价格方面,在五月天北京演唱会的首日,据携程App,秋果酒店(北京亚运村国家会议中心店)5月26日惠选雅致大床房房价为745元/晚,而5月19日(同为周六)同房型的房价为458元/晚,涨幅达63%。

凌晨3点都有等位的客人

面对如此之大的“演出经济”红利,餐饮从业者自然也不想轻易错过。吃与住相辅相成,住宿火热必然会带动周边餐饮消费的活跃。

4月29日,歌手薛之谦演唱会在南京奥体中心体育场举办,场内的火热气氛也蔓延到了场馆周边的餐厅。

“一般来说,奥体中心一有活动餐馆的就餐人数就会有所增长。”小龙酸辣面馆的老板张龙说道,“4月29日当天就餐人

数环比增长40%左右。”

此外,附近某连锁饮品店老板告诉北京商报记者:“多谢谢薛之谦,那天简直爆单了。”据悉,该店4月29日傍晚的订单,在短短3个小时内,相比前一日增长了100多单。

海底捞济南奥体龙湖天街店经理王帆告诉北京商报记者:“受薛之谦演唱会的带动作用,5月13日-14日那两天确实接到了不少从外地赶过来看演唱会的客人。从等位时间来看,从晚上10点到第二天凌晨3点一直都有等位的客人,接待人数比平时增长了一倍。”

在其他地区,演唱会带动餐饮业的现象也不少见。4月中旬,佛山草莓音乐节在佛山南海体育馆举办,据相关媒体报道,音乐节当晚,体育馆周围几家商场的餐厅都宾客盈门,平时极少出现排队的餐厅门口都挤满了人,就餐需排队一个小时以上。

除了带动住宿、餐饮之外,各类演出在嫁接市场形态上表现出更多新意,让演出经济的外延进一步拓展。例如西昌首届烧烤音乐节,将露营烧烤与户外音乐节有机融合。同时,越来越多的快消品牌也入局音乐节市场,推出与品牌同名的音乐节活动,例如元气森林音乐节、蜜雪冰城音乐节等,商业品牌从赞助、冠名等单一合作模式逐渐跨界到与现场音乐演出融合发展。

用车需求环比增长630%

“我上周陪舍友一起看了演唱会,但是车真的太难打了。”电商专业的大学生陶女士表示,看完演唱会后,足足打了一个多小时才叫到车。

针对演唱会周边公众用车的需求,北京商报记者独家致电高德方面,得到的一手打车数据显示,以5月13日-14日济南奥体中心体育场为例,由于当天薛之谦在此举办演唱会,后台数据反馈附近公众用车需求环比前一周增长630%。

据消费者范女士回忆,5月13日晚10点半,在演唱会结束后,自己和舍友打开滴滴打车,页面显示前面有200多单正在排队,期间也更换了其他打车软件,但也有很多人在排队。“当时根本打不着车,只好慢慢等,结果等了一个半小时才有司机接单。”

作为薛之谦音源粉的迪迪也和朋友们去看了演唱会,“我们虽然是开车去的,但是在演唱会结束后出场馆的时候也被吓了一跳,路边是浩浩荡荡的人群和车流,门口站了几千人在打车,场面十分震撼”。

高热度可持续性仍待观察

“大型演唱会对于举办城市的第三产业经济会有非常大的带动作用。”秋果酒店集团运营总监田君进一步分析称,“以我过往多次参与策划演唱会及会展的经验来看,来一个人看演唱会将会带动十几个行业的产业消费,包括衣、食、住、行、游、购、娱等重点行业消费以及部分零售行业消费。”

据中国演出行业协会发布的数据,根据对部分大型演唱会、音乐节的票务销售趋势调研了解,跨城购票观演的消费者比例亦较去年大幅攀升,平均跨城观演率超过购票总人数的50%,显示出该类演出项目对交通、住宿、餐饮等周边消费强大的带动能力。

“大型活动、演唱会场次越多,就更加利好当地整个城市经济,相关上下游产业都在受益,需要更好的准备来拉动、应对目标群体的消费特点和需求。”田君进一步指出,“作为酒店行业,除了需要为客人提供良好的住宿产品、服务之外,还应该并尽可能多地推动本地其他人文旅资源的推荐,包括博物馆、展览、景区等文旅资源以及周边优质餐饮商家。”

中央财经大学文化经济研究院院长魏鹏举表示,积压了三年的演唱会需求在今年集中释放,获得了非常高的热度。但这种热度究竟是否具有可持续性,仍然有待观察。其实,一些区域性的城市或三四线城市,不一定非要用明星演唱会来拉动当地消费,一些具有特色、针对性的小剧场演出在日常就可以形成演出外溢效应,带动周边消费。

北京商报记者 吴其芸

相关新闻

演唱会一票难求 骗子也来凑热闹

盯上火爆演唱会的除了黄牛,还有骗子。当前,万众期待的线下演唱会回归,多位歌手陆续官宣演唱会行程,你打算去看谁的演唱会?准备好抢票了吗?需要警惕的是,演唱会现场一票难求,很多小伙伴想方设法找各种渠道,但也要谨防各类新诈骗手段。

例如,近两日就有消费者讲述了自己的案例,她称在生活分享平台上找了几个要出五月天演唱会门票的人问价格和怎么交易,但后者说不走平台,要先付定金或者收到转账后再邮寄,但实际上,这些用户点击进入主页IP地址都在境外,除了出票的内容,其他什么内容都没有。该消费者讲述,“出于谨慎我没有再理,但今天就接到了国家反诈中心和公安局的电话,担心我被骗再三叮嘱不要转账,还有警察上门提醒。近期,没抢到票的五迷很容易因为急着要票被骗,想买票的五迷还是要警惕线上要求转账、不走平台的骗子!”

北京商报记者也注意到,“北京反诈”近日也揭开了多类关于演唱会的诈骗套路,其中就有骗子在演唱会官方门票开售前夕,到处宣称有官方的售票渠道,或者是内部人员可以买到非常紧俏的门票,吸引粉丝上钩。

等歌迷准备买票时,他们会以定金、辛苦费等各种理由要求支付钱款,甚至说卡单需要重新备注支付才能出票,以此骗取更多钱财。但等歌迷发现被骗要求退款时,已被拉黑,无法联系上“内部人员”。

除了“内部人员”套路外,还有骗子会通过二手交易平台寻找“猎物”。例如,开演唱会前夕,骗子一般会谎称已买到票但家中有事去不了,或者跟前任分手“含泪转让”,在一些二手交易网站搭讪向受害者售票,但拿到钱就拉黑。

另外,除借道二手交易平台外,值得一提的是,还有骗子甚至会伪装成官方购票网站,在交易平台发布购票链接。有人上钩后,通常有两种诈骗方式。

一是发送虚假网站链接要求歌迷通过网站付款,大部分歌迷认为平台付款安全有保障,直接付款,不承想进入的却是钓鱼网站。二是会告诉歌迷需要先付定金后发货,收到门票后再付尾款。交易流程貌似毫无问题,但歌迷收到的门票极有可能是伪造的高仿门票。

“针对演唱会门票的诈骗,是一种稀缺产品交易型的诈骗,手段也比较简单粗暴。优质的演唱会门票往往非常抢手,骗子利用了粉丝抢票的心理,声称自己有票,让粉丝付款或付定金,从而在这一交易过程中实施诈骗。”厚雪研究首席研究员于百程在接受北京商报记者采访时说道。

值得一提的是,目前此类新型诈骗案例高发。5月9日,连云港高新区警方就发布警情预警,称当晚接到市民江某报警,其在薛之谦演唱会微博超话里发布了“收两张演唱会门票”的帖子,之后有人联系他欲向其出售,江某按对方要求下载了某款App,并向对方转账2800元,后发现被骗。目前警方对此案正展开调查。

多地警方提醒消费者,在各种社交平台上,以官方票务LOGO为头像,××票务代理为用户名,主动私信询问是否有票务需求的,诈骗可能性极大。最安全的方法是在官方网站上购买。消费者不要轻易点击陌生链接,谨防木马程序盗取网银账号(骗子会自制虚假票务网站)。另外,不通过正规平台交易,以各种理由要求反复付款,退款还要交保证金的,绝对是骗子。

同时,北京反诈中心也发信息提示用户:近期我市大型活动、商业演出较多,购买门票时请选择官方正规渠道,防止非官方渠道交易被骗风险,以保护自身财产安全。

北京商报记者 刘四红

