

演出：“小宗消费”火热

北京商报记者 卢扬 韩昕媛

春节以来持续复苏的演出市场，在这个暑假继续升温。演唱会一票难求，音乐节百余场陆续官宣，话剧、舞剧、音乐剧名家汇集、连连加场。数据显示，2023年上半年，全国营业性演出（不含娱乐场所演出）场次19.33万场，同比增长400.86%；演出票房收入167.93亿元，同比增长673.49%；观众人数6223.66万人次，同比增长超10倍。而演出经济的火热不仅反映在票房等直观收入上，还成为拉动地区消费的新引擎，跨城观演成为大型演唱会、音乐节的新趋势，一站式文化空间概念进一步强化，沉浸式演出等演出新业态、演出+文创、演出+咖啡等新业务雨后春笋般进入市场。不同于房子、车子等大宗消费，强劲复苏、供需双旺的“小宗消费”，也在为市场持续注入活力。



一票难求

“我发动了身边所有的朋友和我一起抢票，现在看一场演唱会不取决于我喜欢谁的歌，而是取决于我买得到谁的票。”6月初，陈诺与大批粉丝在演唱会场馆门口排队等待安检进场，彩色发带和应援横幅“点亮”了演唱会场馆外的广场，工作人员站在队尾，喇叭里传出：该队伍最快需要排队15分钟，可绕道北广场错峰进场。

不久前，在抢票界面蹲守准备第一时间下单付款的王佳慧，在与600万人的竞争中败下阵来，“代抢票都发展成黄牛的新业务了，帮抢要加4000元，还不包抢到”。王佳慧如是说。

感叹幸运的陈诺和一票难求的王佳慧，仅仅是2023年市场热闹回归的缩影。

无论是流行音乐还是传统戏曲、音乐或是话剧，纵观上半年，演出市场呈现爆发之势。五月天、任贤齐、毛不易等知名乐团、歌手纷纷开唱，开票即售罄之下，二级票务市场一度出现单张门票售出五位数的高价。

几乎每个周末，都有歌手登台开唱。公开报道显示，2023年，五棵松体育馆的演出排期达历

史最高，单月最高场次达10场以上。下半年，单月预订最高达12场，2024年的排期已排至8月。

音乐节逐渐成为一座城市展现活力的新窗口，其主打的现场感与社交性让许多年轻乐迷直呼：真上头。摇滚音乐节厂牌迷笛，在多个项目落地的同时，也感受到了整个市场目不暇接的紧张感，北京迷笛演出有限公司副总经理王曼谈到，最大的感受是乐迷们参与音乐节的热情明显提升，参与人数也较之前有所增多，各个城市对举办音乐节的合作邀约也特别多，落实速度也非常快。目前不管是节假日还是普通周末，各个城市都在此起彼伏地举办音乐节，参演乐队的档期也很紧张，所以也会有一些阵容方面的遗憾。

而传统演出与大型演出之外，小剧场演出正在成为市场新亮点，脱口秀、沉浸式戏剧等业态备受关注。中国演出行业协会数据显示，今年二季度小剧场、新空间演出场次5.77万场，环比增长89.51%；票房收入13.88亿元，环比增长105.38%；观众人数403.4万人次，环比增长95.59%。

▶▶ 2023年演出市场成绩单

△上半年

■ 演出场次**19.33万场**
同比增长**400.86%**



■ 演出票房收入**167.93亿元**
同比增长**673.49%**

■ 观众人数**6223.66万人次**
同比增长超**10倍**



△暑期档(6月1日-8月8日)

■ 演出市场票房**23.27亿元**



■ 演出票房增长**168%**

■ livehouse场次较2019年同期增长**3倍以上**

