

2023年3月26日，西安草莓音乐节。



## 演唱会火爆 热闹背后的荒诞

演唱会该如何健康有序发展，真正将流量变城市“留量”，考验着这个行业中每一个相关的人。

□ 记者 | 周洁

2023年，你抢到过演唱会的票子吗？这一年里，沉寂已久的线下演出市场强势复苏，经过3年的蛰伏，从3月开始，演出市场的供给和需求开始逐步上升。其中，薛之谦、周杰伦、五月天、陈奕迅、林俊杰等艺人纷纷开启个人巡演。灯塔数据显示，演出市场在5月迎来了2023年的第一轮爆发，演出场次、票房和人次达到高点。此后，演出市场热度不减，一直火到年尾。

与此同时，演唱会为各地带来的巨大收益频频登上热搜。“为一场演唱会，奔赴一座城市”，粉丝的热情让跨城观演成了文旅消费的新模式，而演唱会带来了巨大客流，也让举办演出的当地旅游市场跟着热了一把，催生出了“演唱会经济”这样的新型经济形态。

### 演唱会为当地文旅带来巨大流量

据大麦网数据，2023年前9个月大麦平台票房规模相比2019年同期增长158%，购票人次同比增长116%。

在专家看来，这是三年疫情后，人们对大型文娱活动市场需求集中释放后的必然结果。2023年演唱会市场如此火爆，某种程度上说，正是因为看演唱会这个行为，已经不仅仅是粉丝群体的狂欢，而是大众参与的集体释放。

数据显示，上海、广州、北京和武汉是过去一年当之无愧的“演唱会之都”，占比接近总量的四成。此外，演唱会市场整体已呈现出从一线向二三线、四五线市场下沉的趋势。一方面是因为一线城市的场馆排期已近饱和；另一方面，则是