

二三四线城市不仅场馆成本更低，而且当地政府的扶持力度很大。因为演唱会带来的不仅是粉丝的狂欢，更是地方经济的新增长点。

演唱会直接拉动产业链上中下游发展外，酒店、餐饮、旅游、文创等周边产业也在演唱会经济中获益——演唱会一般都在周五周六的晚上，结束时早已是深夜，除了自驾前往的观众外，外地观众基本都会在当地住宿，既然已经住了一晚，那么第二天何不在当地多逗留一些时间，感受当地的风景名胜和文化特色？消费自然而然就来了。

6月29日至7月2日，周杰伦演唱会在海口连办4场，数据显示，演唱会短短4天时间，吸引15.46万人次，为海口拉动了9.76亿元旅游收入；8月16日至20日，周杰伦呼和浩特站巡演，在这四天内，呼和浩特市接待游客126.17万人次，实现旅游收入28.80亿元。周杰伦演唱会也因此被媒体称之为“行走的GDP”。

巨大的经济效益让各地对于音乐演出市场都表现得格外热情，许多二三四线城市成为演出项目的承载地，例如薛之谦衢州演唱会、张信哲唐山演唱会、张韶涵义乌演唱会等。在过去，演出主办方很少会主动选择去三四线甚至更低线的城市演出，除非有国民级艺人，否则很难保证演出收入。

这一趋势同样体现在音乐节市场，摩登天空是草莓音乐节的主办单位，其负责人表示，2023年是草莓音乐节开拓新城市最多的一年，全年共20场草莓音乐节中有10场是在新城市首次落地，包括泉州、乌鲁木齐、佛山、景德镇等。“而且今年谈判的周期都比较短，合作伙伴一上来就明确要做。”

为了将演唱会经济效益放到最大，各地也拿出了诚意。薛之谦衡阳演唱会期间，当地连续三天提供免费公交车，演唱会游客还可凭票享受南岳衡山中心景区、南岳大庙景区的半价优惠；在周杰伦2023嘉年华世界巡回演唱会太原站期间，山西6市共计35家景区特别推出门票优惠活动。在不断增长的演唱会经济的助力下，各地文旅产业逐步复苏，为文旅项目带来巨大的流量；扬州则出台了一揽子税收优惠政策，对演唱会举办方的企业所得税、营业税等进行减免。

热闹背后有乱象

演唱会密集开唱，也滋生出不少乱象。

TFboys西安演唱会官宣后不久，第一排的门票就被“黄牛”标价至20万元一张，第二、第三排也要15万元一张。演唱会当天，粉丝群体之间还为争夺应援场地发生冲突。

“黄牛”趁机渔利的同时，部分演唱会质量引发网友质疑。有观众反映：自己花千元购买梁静茹上海演唱会的门票，到场后发现，视野被舞台四周的立柱遮挡，看歌手成了看柱子。网络上，关于两场梁静茹上海演唱会柱子遮挡视线的话题引发热议，几百名有相同遭遇的消费者发起维权。

“柱子票”“墙根票”的维权之外，观众花费重金却换不来相应的满意的消费体验：杨千嬅厦门演唱会，580元门票座椅脏到歌迷不敢坐；周杰伦天津演唱会现场疑似被困道具中20分钟；海南“天后之夜”演唱会，观众吐槽“歌听不清楚、音响效果差”……演出场次多、任务重，高强度的演出后，歌手还可能出現状态不佳等情况，这会直接影响观众的视听感受。

不久前，国民级乐队五月天更因在演唱会疑似出现假唱行为登上热搜，尽管官方调查结果尚未公布，但业内人士指出，五月天在上海连演8场，中间就休息了两天，如此高强度的演出对于一个职业歌手来说仍然是非常大的挑战。

而法律界人士表示，如果经鉴定属实，那就是侵害消费者的权益。消费者可以要求民事赔偿，演出举办单位还会被进行行政处罚。

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。正如有评论指出的，经历了一年的高歌猛进，演出市场终将回归“理性繁荣”，观众不会无限包容，大家期待的是真正高水平、有诚意的演唱会。■

TFboys 粉丝。

