

地方政府助力 演唱会带动城市文旅消费增长



周杰伦2023嘉年华世界巡回演唱会将在太原站开唱之前,山西省文化和旅游厅发布公告,山西省6市共计35家景区特别推出门票优惠活动,凡是购买周杰伦演唱会太原站门票的游客,只需出示门票或票根,即可享受优惠,其中很多景区可免票游览。

将明星演唱会与旅游“绑定”,已经有很多先例,而且取得了不错的成绩。伴随极高热度的明星演唱会,多地政府也出台了配套措施,以提升演唱会观众的城市体验感,并推动观众走向更多的旅游景区。此外,也有业内人士呼吁,要制定更为详细的法律法规,同时发挥更多的市场力量,以此来维护演艺、旅游市场生态良性发展。

“春节效应”显现

今年6月周杰伦海南海口演唱会,四天吸引了15.46万人次观众,其中外省观众9.51万人次,给海口带来旅游综合收入9.76亿元;今年7月,天津举办首届泡泡岛音乐节,现场观众超6万人次,其中约70%来自北京、河北及其他地区;今年8月,TFBOYS“十年之约”西安演唱会,两天时间当地住宿线上预订量同比激增738%,带动当地旅游综合收入4.16亿元……

同程研究院相关负责人指出,大型音乐娱乐演出可以在短时间内产生较强的人流聚集效应,提振当地交通、住宿。

演唱会是如何带动当地旅游收入的?中国社科院旅游研究中心特约研究员吴若山分析,首先,人流的增长为城市旅游创造了更大的发展空间;其次,为将短时间的演艺吸引力转化成旅游“留量”,当地不断挖掘旅游消费可能,搭建起全方位、多层次、高质量的旅游产品供给体系,形成了“跟着演出去旅游”的文旅流行趋势。

这样火爆的“演艺带动旅游”是否可持续?有业内人士给出了提醒。成都演艺集团董事长业丹表示,今年的演唱会如此之多,是因为其中很大一部分是签了合同,本来应该在2020年、2021年演出的。“为什么今年演唱会格外多?那么多积压的演唱会集中在了今年,这是很多人不知道的一个因素。”业丹说。

地方举措“助攻”

9月11日晚,天津市文化和旅游局发布官方消息称,周杰伦巡回演唱会助力天津文旅发展,现场观众达18.5万人次,累计综合消费带动超30亿元,演唱会推动了天津市商文旅融合发展和消费扩容提质,提高了天津城市影响力和美誉度,充分彰显了“展演+旅游”的巨大魅力。

今年以来,官方对明星演唱会带来的消费收入通告已不鲜见。本地的观众会在演唱会周边进行餐饮消费、交通消费,而外地的游客会有机票、高铁票、住宿、当地旅游的消费,很多地方针对这些配套消费采取了措施。如何能将有限的演唱会消费扩大到更广的城市旅游中,并借机提升城市形象,多地政府也在开动脑筋。

湖南衡阳薛之谦演唱会期间,当地提供连续三天的免费公交车。凡持

有薛之谦衡阳站演唱会实名制门票的游客,还可凭票享受南岳衡山中心景区、南岳大庙景区门票半价优惠。

海南海口周杰伦演唱会期间,海口文旅局专门召开周杰伦演唱会酒店服务保障座谈会,推出延迟退房、延长餐时、提供免费水果、免费接送等措施,海口“12345热线”设立了周杰伦演唱会咨询专席,景区、餐饮企业推出“门票变消费券”优惠政策。

也有城市抓住机会宣传当地文化。山东潍坊的新青年音乐节期间,潍坊市潍城区文旅局在音乐节现场设置了传统名吃朝天锅摊位,同步协调乐队在演出中植入朝天锅元素。此外,该区文旅局还将潍城美食、美景、美宿印制到旅游地图上。3年前山东省印发的《山东省文化旅游融合发展规划(2020—2025年)》中曾提出,要将音乐节作为繁荣发展夜间旅游的主要文化产品。

演唱会的相关消费对城市来说属于间歇性收入,如何将“演唱会经济”发挥最大效益?吴若山建议,首先要用好政府的手,通过减免场地租金、税收优惠、加快审批等措施,为文化活动举办开设“绿灯”,为城市“引流”;其次,当地政府在做好城市软硬件建设外,可指导鼓励当地景区、消费聚集区

等推出更多融合当地特色的演出及文化活动,不断创新消费场景,为消费者提供更丰富、更多元的文化体验;最后,演唱会、音乐节等文化演出可与举办城市合作,结合当地特色,推动“民生+文化演出+产业”融合发展,增强城市在举办文化演出方面的优势及竞争力。

旅游基础仍是关键

以成都为例,今年7月,成都举办了第21届世界大学生运动会,会前成都新建13个场馆并改造36个场馆。如此一来,成都不仅拥有大量的体育场馆、演出场地,还对巨量观众的服务有充足的经验。

从大运会后的实际情况来看,这些“会后遗产”被无缝衔接到了演唱会等场景中。比如,今年薛之谦、五月天、刘雨昕、蔡依林、张韶涵等明星的演唱会选址,都在大运会开幕式的举办地成都东安湖体育公园。

据成都市文旅局发布的数据显示,目前,成都汇集音乐企业3500余家、音乐演艺品牌21个、音乐艺术院校及设有音乐艺术专业的高校19所、音乐制作人才6.45万人、音乐演出院团42支,形成了音乐产业集聚区4个、音乐特色小镇5个,拥有城市音乐厅、露天音乐公园等专业音乐演艺场馆76个、录音棚124个,每百万人拥有演艺场馆数量达5.28个,各类市场化的音乐节会年均举办超2000场次。

在业丹看来,最近的演艺市场呈现出了“春节效应”。为何“春节效应”?业丹解释,就是观众面对演唱会一拥而上,不加选择,但这样的情况不会持续太长时间。由此,业丹提醒,不能看到市场一片火热就立马投资,需要保持理性,如果市场后面冷下来了,就会给各方带来很大风险。

也有城市抓住机会宣传当地文化。山东潍坊的新青年音乐节期间,潍坊市潍城区文旅局在音乐节现场设置了传统名吃朝天锅摊位,同步协调乐队在演出中植入朝天锅元素。此外,该区文旅局还将潍城美食、美景、美宿印制到旅游地图上。3年前山东省印发的《山东省文化旅游融合发展规划(2020—2025年)》中曾提出,要将音乐节作为繁荣发展夜间旅游的主要文化产品。

演唱会的相关消费对城市来说

属于间歇性收入,如何将“演唱会经济”发挥最大效益?吴若山建议,首先要用好政府的手,通过减免场地租金、税收优惠、加快审批等措施,为文化活动举办开设“绿灯”,为城市“引流”;其次,当地政府在做好城市软硬件建设外,可指导鼓励当地景区、消费聚集区

(综合)

新看点

租赁电动车成为演唱会出行新选择

近日,周杰伦演唱会在山西体育中心体育场举办,演唱会现场短时间内聚集上万人,堵车成为歌迷们最头痛的事情。据哈啰统计,骑共享单车和租赁电动车去看演唱会,成为不少歌迷演唱会出行的新选择,就连明星也更开始青睐低碳共享出行。

为保障用户在演唱会期间的出行体验,同时提供好服务,哈啰组建了“演唱会保障车队”,在体育场周边设立用车点,散场后方便预定的用户便捷用车,疏散用户至市区各处。

演唱会期间,来自全国各地的用户齐聚太原,出行需求大幅上涨。据

租车方透露,演唱会前一个月歌迷们就纷纷开始预定车辆。数据显示,演唱会当天,太原出行需求比上个月增长近4成,其中夜间出行需求激增,比去年同期增长近4成。

为了让各地用户在太原出行更便捷,演唱会期间哈啰开设了5个24小时可以还车的点位,包括柳北宝地、恒大江湾、小店旗舰店、万象城、印象城。

赵女士是从河北石家庄来太原看演唱会的,出发前早早预定了电动车出行,“我在小红书做攻略的时候看到哈啰可以租赁电动车,比打车便

宜多了,不用担心堵车的问题,是既方便又实惠的选择。”

负责哈啰电动车租赁的太原代理商告诉记者,在太原租赁电动车的群体主要包括中短期出差人员、高校大学生、短途旅游者等。根据个人需求不同,租期从几天到几周不等,也有不少人会选择长期租车。随着近期演唱会市场大热,骑车出行也成为



了年轻人的首选。

(山西新闻网)

丰台市场监管局之窗 丰台区市场监管局开展化妆品经营主体不良反应监测培训工作

为加强丰台区化妆品不良反应监测工作,及时有效控制化妆品安全风险,保障消费者健康,丰台区市场监管局组织辖区部分市场主体开展化妆品不良反应监测及其监管管理培训会议。会上,化妆品科对《化妆品监督管理条例》《化妆品生产经营监督管理办法》相关内容进行细致讲解,指导经营主体建立健全化妆品进货查验记录,全面认识化妆品不良反应监测义务,切实履行主体责任。

监测中心就《国家化妆品不良反应监测系统的用户注册、报告填报等功能进行了全面细致的培训讲解,强调化妆品不良反应报告遵循可疑即报的原则,怀疑与使用化妆品有关的人体损害,均应当报告。下一步,丰台区市场监管局将对化妆品经营主体加强不良反应监测工作指导,提供技术支持,保障辖区化妆品安全。

(冷大千)

演唱会带动夜宵外卖订单量暴涨

上海周杰伦演唱会期间,除了数万名场内观众外,还有不少粉丝们在场外旁听。无论是场内还是场外观众,都在以各种方式拉动着上海“演唱会经济”的发展。

演唱会的粉丝热情不仅点燃城市的夜活力,也显著拉动了夜宵外卖销量增长。外卖数据印证了粉丝们对城市线上餐饮及零售的消费拉动。饿了么数据显示,10月12日当天,平台上上海游客夜宵外卖量日环比增长24%,徐汇区及其附近的长宁区夜宵订单量更是增长显著,徐汇区日环比增长44%,附近的长宁区增长56%。体育场周边小区的阳台、

别增长80%、60%和30%。

具体到细分品类来看,夜宵消费主要拉动的是烧烤、小龙虾等美食外卖的增长。以呼和浩特和太原为例,演唱会期间烧烤外卖量环比均增长160%,天津的小龙虾外卖量环比增长120%。举办城市的本地特色美食也因为游客的到来显著增长,以海口为例,清补凉、海鲜和米粉等外卖量均环比增长一倍及以上,太原的羊肉汤外卖量则环比增长216%。在上海,小龙虾以及本地特色的本帮菜、锅贴等均环比增长超过四成。

(宗禾)

天桥下等都成为“野生看台”,不少消费者直接外卖下单折叠马扎、一次性雨衣、啤酒饮料和夜宵等与场内“同乐”。

美团、大众点评数据则显示,周杰伦上海演唱会期间,上海的旅游消费订单较去年同期增长100%。上海地区餐饮堂食订单量较去年增长超150%。

不仅上海,饿了么数据显示,在海口、呼和浩特、太原和天津的周杰伦演唱会期间,这四座城市的夜宵外卖量均环比增长24%,徐汇区及其附近的长宁区夜宵订单量更是增长显著,徐汇区日环比增长44%,附近的长宁区增长56%。体育场周边小区的阳台、

别增长80%、60%和30%。

具体到细分品类来看,夜宵消费主要拉动的是烧烤、小龙虾等美食外卖的增长。以呼和浩特和太原为例,演唱会期间烧烤外卖量环比均增长160%,天津的小龙虾外卖量环比增长120%。举办城市的本地特色美食也因为游客的到来显著增长,以海口为例,清补凉、海鲜和米粉等外卖量均环比增长一倍及以上,太原的羊肉汤外卖量则环比增长216%。在上海,小龙虾以及本地特色的本帮菜、锅贴等均环比增长超过四成。

(宗禾)

观点

近日,据公安部最新数据显示,自“夏季行动”开展以来,针对今年夏天各地营业性演出、赛事、热门景区“黄牛”倒票突出等问题,公安部专门组织开展专项打击行动。各地共排查网络倒票线索1.9万余条,抓获违法犯罪嫌疑人900余人,查获各类门票1.2万张,约谈整治一批票务平台,下架处置违规门票网店300余家,研判拦截“黄牛”账号5万余个。公安部部门“零容忍”的举措是对“黄牛”群体的当头一棒,也是对演出市场秩序的有力监管与合理规范,更是对消费者权益保障的明确响应。

演出市场苦“黄牛”久矣,从剧院演出到热门的演唱会、电影节,几乎都能看到“黄牛”的影子。文旅市场复苏,消费潜力释放,“供不应求”的票房情况给了“黄牛”趁虚而入的牟利机会。此外,演出票务行业信息发布的运行规则不够透明、主办方和“黄牛”联手“打配合”、故意“锁票”,甚至散布不实信息哄抬价格的行为时有发生。在线上,一些“技术型黄牛”还通过研发新的抢票外挂软件来钻漏洞、圈倒票,线下演出市场的“黄牛”群体往往混迹于人群中,流动性强、隐蔽性高。

诸如此类的“黄牛”行为造成违法行为甄别难、取证难、处罚难的现状,给消费者和社会都带来了不可忽视的危害,不仅扰乱了公平竞争、公开透明的市场秩序,虚高的票价也给消费者带来了更大的经济负担。基于此,公安部门对“黄牛”行为的严厉打击,有效遏制了虚假宣传、随意加价的市场乱象,也可以帮助消费者提高辨别能力,避免购买高价低质、假冒伪劣的门票,保障消费者的正当权益和消费体验。

与此同时,打击“黄牛”行为也是推动社会信用体系建设、增强法治观念、促进社会文明进步的重要措施。《中华人民共和国治安管理处罚法》中明确规定,倒卖车票、船票、文艺演出或者体育比赛入场券票及其他票证的行为属于违法行为,会受到相应的处罚。此外,“黄牛”活动还可能涉及诈骗、偷税漏税等犯罪行为,给社会带来极大的安全隐患。公安部门对“黄牛”的警示与惩戒是对法律法规的深入贯彻,有利于推动社会信用体系的完善,树立良好的社会风气,促进社会文明进步,也对人们法制观念与法律意识的提高有着重要作用。

还应该看到,打击“黄牛”活动并非一朝一夕就能解决的问题。在取得初步成效的同时还需“拉长战线”,继续查漏补缺,从根源上加强执法、从监管上严格管控、从技术上精准抓获,从思想上凝聚共识,还消费者一个干净的演出票务市场,维护行业秩序的健康发展,保障社会经济的平稳运行。(人民网)

市场观察

演唱会变身大型KTV 年轻人为啥乐意买单

2023年的演出市场呈井喷态势,许多城市的周末都被演唱会“承包”了。演唱会百花绽放,而歌迷们也不按套路出牌,因此受喜爱的歌手影响力较大,而现在年轻人的娱乐方式更丰富多样,听众对一个歌手的喜欢很难再达到类比伍佰的效果。

比如,“开演唱会不用亲自唱,歌迷唱给偶像听”。近日,歌手伍佰频繁因歌迷们“代他唱歌”登上热搜,被网友造“梗”无数。即便他回应“这不是事实,我有唱”,但似乎除了他本人,无人在意——毕竟在演唱会结束后,现场观众的歌声依然经久不绝。

从跟唱到合唱,观众与演出者的互动越来越强。而从互动方式上,有的人还特别制作手幅,写上想对歌手表达的话语;有的人穿特定的服装和饰品,和歌手手进行互动……双方的交流模式也更为多元。

看演唱会之前,歌迷刘女士会提前制作海报,写上想听的歌曲,希望和歌手在点歌环节互动。她特别提到,自己喜欢的歌手和粉丝之间有一个心照不宣的约定:快歌站起来听,慢歌坐下欣赏,到了某首特定歌曲,要把手机灯打开摇摆,“大家用灯光共同营造星光海,光是看到这个场景就感觉被治愈了”。

丁子高认为,现在的观众对于和演出者近距离接触的愿望更为强烈,“其实过往也如此,但因为现在的技术更成熟,所以效果更明显”。例如,观众会自行制作手幅或者高举想听的歌名,来吸引演出者的注意。同时,观众对于演唱会会整体观感的要求亦有所提升,“除了感受歌手的演绎,更会欣赏舞美、服装造型、视频、音效等”。

据辛志宇观察,当前观众对于观看体验、观看感受的要求越来越高,对演出单位的宽容度降低。辛志宇坦言,观众体验感是做演唱会价值排序的首位。在演出前,其团队会对场馆进行全面排查,例如冷气的温度是否适宜,视野是否有遮挡等。

真唱是互动演唱的前提
音乐仍是演出之本

辛志宇说,“国民性”和“温情感”是毛不易的两大特质,“我们希望这是一个纯粹的演唱会,能够给听众带来良好的听歌体验”。在这一理念的基础上,团队对演出进行设计。比如,在互动点歌环节,毛不易根据现场观众的反应,选择演唱歌曲;在520演出当天,使用限定歌单,在这方面具备优势。

在很多演唱会上,观众大合唱一般只存在于几首歌期间,而在伍佰演唱会中,合唱几乎持续全程。首都师范大学音乐学院副教授李妍认为,这具有特殊性,是多因素综合作用的结果:伍佰是创作型流行歌手,舞台的呈现更加丰富、互动的形式更加震撼,歌迷群体庞大,为大合唱提供了人数基础;流行音乐本身更贴近

公告栏

黄国英、邵亚兰:本院受理江苏银行股份有限公司淮安支行诉你们金融借款合同纠纷一案,现依法向你们公告送达起诉状副本、应诉通知书、举证通知书、开庭传票。自公告送达之日起30日内向本院应诉,逾期不到庭,本院将依法缺席判决。

江苏省淮安市清江浦区人民法院
赵连印:本院受理原告淮安市淮海农村商业银行股份有限公司,孙连苏,顾志银:本院受理原告淮安市淮海农村商业银行股份有限公司,孙连苏,顾志银诉你们金融借款合同纠纷一案,现依法向你们公告送达起诉状副本、应诉通知书、举证通知书、开庭传票。自公告送达之日起30日内向本院应诉,逾期不到庭,本院将依法缺席判决。

江苏省淮安市清江浦区人民法院
葛华军:本院受理原告淮安市淮海农村商业银行股份有限公司,孙连苏,顾志银诉你们金融借款合同纠纷一案,现依法向你们公告送达起诉状副本、应诉通知书、举证通知书、开庭传票。自公告送达之日起30日内向本院应诉,逾期不到庭,本院将依法缺席判决。

江苏省淮安市清江浦区人民法院
王金海:本院受理原告淮安市淮海农村商业银行股份有限公司,孙连苏,顾志银诉你们金融借款合同纠纷一案,现依法向你们公告送达起诉状副本、应诉通知书、举证通知书、开庭传票。自公告送达之日起30日内向本院应诉,逾期不到庭,本院将依法缺席判决。

江苏省淮安市清江浦区人民法院
王金海:本院受理原告淮安市淮海农村商业银行股份有限公司,孙连苏,顾志银诉你们金融借款合同纠纷一案,现依法向你们公告送达起诉状副本、应诉通知书、举证通知书、开庭传票。自公告送达之日起30日内向本院应诉,逾期不到庭,本院将依法缺席判决。

江苏省淮安市清江浦区人民法院
王金海:本院受理原告淮安市淮海农村商业银行股份有限公司,孙连苏,顾志银诉你们金融借款合同纠纷一案,现依法向你们公告送达起诉状副本、应诉通知书、举证通知书、开庭传票。自公告送达之日起30日内向本院应诉,逾期不到庭,本院将依法缺席判决。

江苏省淮安市清江浦区人民法院
王金海:本院受理原告淮安市淮海农村商业银行股份有限公司,孙连苏,顾志银诉你们金融借款合同纠纷一案,现依法向你们公告送达起诉状副本、应诉通知书、举证通知书、开庭传票。自公告送达之日起30日内向本院应诉,逾期不到庭,本院将依法缺席判决。

江苏省淮安市清江浦区人民法院
王金海:本院受理原告淮安市淮海农村商业银行股份有限公司,孙连苏,顾志银诉你们金融借款合同纠纷一案,现依法向你们公告送达起诉状副本、应诉通知书、举证通知书、开庭传票。自公告送达之日起30日内向本院应诉,逾期不到庭,本院将依法缺席判决。

江苏省淮安市清江浦区人民法院
王金海:本院受理原告淮安市淮海农村商业银行股份有限公司,孙连苏,顾志银诉你们金融借款合同纠纷一案,现依法向你们公告送达起诉状副本、应诉通知书、举证通知书、开庭传票。自公告送达之日起30日内向本院应诉,逾期不到庭,本院将依法缺席判决。

江苏省淮安市清江浦区人民法院
王金海:本院受理原告淮安市淮海农村商业银行股份有限公司,孙连苏,顾志银诉你们金融借款合同纠纷一案,现依法向你们公告送达起诉