

初心换回了百年承诺

初心换回了百年承诺

一场演唱会见证“票根经济” 门票2亿带动综合消费14亿

专家认为可探索“一张票根游遍大湾区”

■4月18日,周深在广东省奥林匹克体育中心体育场唱响《灯火里的中国》。当天广州有五场演唱会同开。
新快报记者 林先熠/摄

“五一”假期的广州南沙,演唱会刚刚散场,22万歌迷和其家长手持票根,涌向周边的酒店、商圈和景点。数据显示,这场演唱会直接门票收入约2亿元,而凭票根带动的综合消费高达14亿元。

越来越多年轻人将演唱会列入旅行清单,随着跨城观演比例持续攀升,文旅联动消费拉动比已高达1:4.8。演唱会票根正从一张入场凭证变为解锁城市文旅消费的“密钥”,如何将演唱会带来的瞬时流量,转化为对城市的持续“留量”,已成为文旅产业面临的新课题。

■新快报记者 麦婉诗 毛毛雨

专家观点

跳出“只给折扣”模式 延伸开发城市打卡路线

“演唱会之城”头部梯队竞争向来激烈,这场竞争考验着一座城市系统性谋篇布局的能力。当各个城市都在争夺“演唱会之城”的头衔时,广东应该如何跳出单纯比拼场次的逻辑,将短暂的演出流量转化为持续的文旅“留量”呢?

在全国青联委员、省政协委员、青年歌唱家陈筱棠看来,广东凭借雄厚的演艺市场基础、年轻客群集聚优势和成熟的商业配套,完全有条件将“票根经济”打造为常态化、品牌化的文旅新名片,为全省消费提质扩容注入可持续动力。

她建议,出台省级统一指引,建立演唱会票根通用权益机制,打通文旅、商务、商圈、景区、酒店联动政策。优化大型演艺活动审批流程、场馆配套服务、交通疏导、安保保障,打造营商友好型演艺生态,也形成常态化票根优惠联盟。

此外,广深作为大型演唱会票房TOP10的城市,广州可依托历史文化、岭南文旅特色,把演唱会和老城文旅、岭南园林、美食夜市、非遗体验绑定,走文化底蕴+演艺潮流路线。而深圳依托年轻潮流、滨海时尚、商圈经济优势,打造滨海演唱会经济、潮流文创、夜生活集聚区,主打青春时尚+都市潮流路线。对于广东非演出热门城市,陈筱棠表示,可以引入中小型音乐节、民谣演出、国风演艺,不用拼顶流演唱会,深耕小众文艺、乡村音乐节,培育本地小而美的票根经济生态圈。

陈筱棠着重提到,“发展‘票根经济’还要跳出‘只给折扣’的模式,延伸开发演唱会限定文旅线路、联名文创、城市打卡路线,让观众不只看演唱会,更愿意深度逛城市、留下来消费。”

谭国戡则认为可探索“票根跨城通兑”制度,依托《促进粤港澳大湾区内地九市轨道交通发展条例》赋予的交通一体化优势,让持票观众在广州看完演唱会后,可凭同一张票根在深圳、佛山等城享受优惠,实现“一张票根游遍大湾区”。

从“看演出”到“游城市” “来都来了”不如来趟逛吃深度游

如今,年轻人的旅行清单里,多了一项名为“演唱会”的打卡项。30岁的广州上班族阿墨“五一”前刚从南昌回来,人虽落地广州,心却还留在南昌。阿墨是歌手陈楚生的粉丝,这已不是她第一次为了偶像跨越山海。对她而言,演唱会不仅是视听盛宴,更是探索城市的人场券。

为了这趟旅程,阿墨特意留了三天的假期,除了听演唱会外,她的足迹还包括滕王阁、八一广场、江西省博物馆的景点,顺道也去了趟景德镇。最让她惊喜的是,凭借演唱会购票凭证,她在滕王阁等景点享受到了门票五折的专属优惠。阿墨感慨道,这种“演

出+旅游”的无缝衔接,不仅让她的行程性价比拉满,更让她对南昌这座城市留下了“宠粉又实在”的深刻印象。

随着大型演唱会成为文旅消费新引擎,“为一场演唱会赴一座城”已成常态。资深歌迷小梁讲述了自己跨城追演出的多次经历。小梁是歌手Ella(陈嘉桦)的粉丝,今年以来,她的观演足迹已遍布上海、西安、苏州。同样是上班族的她,只能利用周末时间,如果遇上有公休假期,就会来一次“深度游”。

今年“五一”假期,她在上海、苏州停留了五天。除了5月2日去看演唱会之外,她还去到上海迪士尼、耦园、苏州博物馆等地,体验了当地特色菜

式,并购置了心仪的旗袍。

“已经付出了机票和时间成本,很多人愿意顺便游玩一下。”小梁说,她的朋友“五一”假期期间连看了两场演唱会,还在四天内密集打卡了苏博、西园寺、山塘街等近十个景点。

在小梁看来,演出前后这段时间形成的行程“空档”,正是消费的时机,比如去当地知名景点或商圈打卡。特别是在设有演唱会应援大屏的商业区,在等待入场前,买份快餐、享用一顿下午茶或喝杯奶茶。从外地来看演唱会的观众,大多会抱着“来都来了”的心态,很自然地完成这一系列的消费。

广东“票根经济”成效显著 “流量”变“留量”重塑消费格局

今年五月,全国的演出市场一片火热。据不完全统计,5月16日,全国至少上演40场大型演唱会及音乐节,到5月23日,这个数字将攀升至50多场。多个周末演出扎堆,甚至被网友调侃为是“全国演唱会之夜”。仅5月16日一天,广州一城就有7场演唱会同时举办。灯塔专业版数据显示,当天广东省演出观看人次达16.7万,位居全国第一。小郭就是其中一员。她坦言只要广州、佛山等地有大型演出,时间允许便会参与。“在演唱会上尽情呐喊、释放,那种情绪价值真是太值了。”

“票根经济”正成为拉动广东文旅

消费的核心新引擎。广东省文化和旅游厅的统计数据显示,2025年全省营业性演出票房收入达65.15亿元,同比增幅2.51%;截至2026年4月,全省演出经纪机构总量达2476家,市场主体活力持续释放。2025年5月至2026年4月,全省累计审批营业性演出54.23万场,较上年同期增长38.3%;其中5000人以上大型演出513场,较上年同期增长19.3%。广州、深圳作为全省演艺产业双核引擎,引领带动作用突出,累计审批营业性演出分别近10万场和10.52万场。

广东敏锐捕捉行业趋势,于3月份

提出统筹安排3000万元奖补资金,推动超200家景区、近350家住宿企业参与票根联动,构建起“省级统筹、地市落实、企业参与”的三级联动格局。

广州市政协委员、广州市全面优化营商环境咨委会委员谭国戡指出,“票根经济”至少在三方面重塑广东文旅消费格局:一是将瞬时“流量”转化为可持续“留量”,让一场演出的消费周期从几小时延展至72小时;二是打破“吃住行游购娱”各环节的行政与行业壁垒,实现链式融合;三是助力广东从“演艺大省”迈向“演艺强省”,以一张小小票根为媒介,强化城市品牌与区域协同。

演唱会跨城观演比例超六成 歌迷呼吁优惠政策提前公布

根据中国演出行业协会与灯塔专业版发布的《2025现场音乐演出分析报告》显示,2025年,大型演唱会跨城观演比例超六成,大型音乐节跨城观演占比近七成,同比2024年增长6.2%,文旅融合、区域联动效应进一步强化。

“演唱会对当地消费的带动,在当地与外地歌迷间还是有所差异的。”小梁说,外地观众的大部分支出在交通和住宿消费。另据中国演出行业协会的数据显示,演唱会门票与地方关联消费拉动比高达1:4.8。

小梁算了笔账,“这次‘五一’去看演唱会,由于还去苏州玩了几天,住了较好的酒店,880元的演唱会门

票仅占总开销的12%—15%。如果只是周末去上海,虽然住宿在朋友家没花钱,但机票往返1600元加上餐饮消费,演唱会门票约占总开销的三分之一。”她认为,动辄千元的演唱会门票,本身属于高消费,反而可能压缩观众在其他方面的预算。因此,提升粉丝和游客的综合体验,撬动衍生消费更为重要。

基于自身经历,小梁建议,与演唱会联动的景点门票、交通或酒店优惠,应在门票开售前公布。“门票本来就供不应求。等歌迷抢到票、订好机酒后,再宣布优惠,定好的行程已无法更改,优惠信息也就失去了价值。”提前告知

才能让歌迷对行程留有余地,做好准备,延长停留时间。她认为,一份周到、官方的指引,带来的体验感和拉动的消费,会实实在在得多。另外,她希望,与演唱会门票联动的景点或消费优惠,应更多面向年轻人感兴趣的文旅项目,避免过于传统的景点,以提升兑换和使用率。



▲5月16日,陈楚生“荒芜之境”2026巡回演唱会广州站现场。受访者供图

■五月天演唱会南沙大湾区文化体育中心举办。(资料图)新快报记者 龚吉林/摄