

专家视角

“音乐+”拉动多元夜间消费链条
多管齐下平衡好“居民生活品质”

广州市政协常委黄丽丽认为,Livehouse、音乐餐厅等以音乐为核心的夜间消费场景,匹配了当下“情绪消费、圈层消费”的新趋势,给年轻人提供了一个可以放松自我、结识兴趣同好的社交空间。广州夜经济根基深厚,夜宵、夜市氛围浓厚,城市夜间通勤、生活配套相对完善,加之高校聚集、青年群体有较强的夜间消费意愿,为这类音乐现场业态提供了支撑。

她表示,这类音乐现场业态的兴起带来了多重经济效益。从经营者角度,音乐元素带来的差异化优势,有效提升门店的客流和效益。从驻唱歌手角度看,大量音乐消费场景既可以让音乐人获得稳定演出收入,也给本土新人乐队、原创歌手提供了展示作品、积累粉丝的试演平台,助力本土音乐人才培养。从演出行业角度看,中小型音乐现场填补了中低端、常态化演艺的空白,完善了广州演艺市场的生态结构,有利于持续培育本地观众观演习惯,拉动演艺产业链发展。

然而,近年来,部分居民区周边的音乐酒吧、餐吧因驻唱音响噪声问题引发投诉,住户深受困扰。对此,黄丽丽指出,在鼓励夜间经济活力的同时,需要注意经济活力与居民生活品质的平衡。首先,要做好源头选址引导,优先把音乐演出业态布局向太古仓这类远离密集居住小区的文商旅集聚片区引导;对于居民住宅楼底层、商住混合楼宇,划定负面准入范围,把风险化解在开业之前。其次,强化监管,压实商家主体责任,要求开展驻唱演出的餐吧、酒馆设置隔音墙体、减震设备,将反复被投诉、多次整改不到位的商户列入重点监管名单。同时,探索噪声在线实时监测的做法,监测数据接入监管平台,解决“投诉时有噪声、执法到场就静音”的取证难题。最后,要疏堵结合,例如搭建商户和居民的沟通平台,发挥行业协会自律作用,畅通投诉维权渠道,还可以规划建设一批合规的小型演艺空间,给音乐类商户提供合适的落地区域。

广州音乐故事

白鲸乐队 | 一群怀揣梦想的年轻人
用音乐力量与世界温柔碰撞

当夜色漫过珠江两岸,商圈广场亮起灯火,属于广州的音乐故事,常常从街头开始。2020年11月9日,万胜围保利广场一场街头演唱结束后的长谈,让一群热爱音乐的年轻人决定将爱好变成事业,白鲸乐队就此诞生。近六年过去,从街头路演起步,一步步走向Livehouse专场、音乐节舞台,近七百场演出的背后,藏着广州包容的音乐生态,也记录着一群普通人追逐音乐理想的真实模样。

“我们可能不擅长,但是去做并且做出了成绩,这是一件很浪漫很厉害的事情。”白鲸乐队的主唱兼主理人林耿告诉新快报记者,乐队创立并非一帆风顺。彼时,他从收入稳定的互联网大厂辞职组建乐队,一度遭到家人的强烈反对,随后又遇上疫情的特殊时期,许多演出无法展开,但团队没有放弃。疫情结束,广州的音乐演出生态重新复苏,商圈演出、草坪音乐节等“轻量化”形态越来越多,“这几年能感受到音乐现场业态总体上在变好。”林耿说。

扎根广州的六年,白鲸乐队始终保持清醒、温柔的演出理念。据林耿介绍,乐队的商业化属性不强,更多时候以免费的路演为主,演出中也一直在根据实际情况做动态调整,尽量贴合市民的生活节奏,如到广州各大高校去作演出交流、优先举办“落日音乐会”等,联动商圈、市集或各类艺术展,让音乐融入日常。这种方式不仅催生了更多元的消费经济,也为年轻人提供了新的解压和社交方式。“希望能够通过这些音乐现场,让大家去寻找到同频的人”。

随着首届流行音乐创作大会(广东)的举办及广州音乐公园的开园,广州的音乐氛围愈加浓厚。林耿表示,团队成员都很喜欢广州这座城市,未来希望能够在广州定居,扎根羊城烟火,也奔赴更多地方,用音乐的力量与世界温柔碰撞。

▲《白鲸乐队》演出现场。

“爱乐之城”再发力,广州“音乐+”夜经济释放多元复合价值

“来广东,写好歌”,8月25日,首届流行音乐创作大会(广东)在广州举行。大会集中发布《广州市推动音乐产业高质量发展的若干措施》、广州音乐公园建设运营规划、首届流行音乐创作大赛等重要成果,释放广东厚植原创发展沃土、支持广大音乐人创作好歌曲的强烈信号。同一天,广州音乐公园开园迎客,迎来首场演出活动“湾区流行音乐夜”,曾比特、梁山山等五组湾区音乐人轮番登台,奏响大湾区潮流音乐新地标的声音。

从上世纪80年代全国首个现代音乐茶座在广州诞生,到今天遍地开花的音乐现场业态,广州始终是一座“爱乐之城”。一场Live可以是一顿饭、一杯酒、一次社交的日常背景,也可以是一次情绪释放、一场精神出走。“音乐+”夜经济的兴起,超越了传统餐饮、购物的单一夜间消费形态,展现出经济拉动、社会情绪调节、城市人文塑造、青年发展支撑等多重复合价值。

■策划:区健妍
■采写:新快报记者 陈洁 梁满静 见习记者 沈汶芸
■图片:新快报记者 郭思杰 受访者供图



▲外国游客在琶醍的音乐餐吧欢聚畅饮。

音乐只是入口,带动周边多元夜间消费

夜幕降临,珠江边的琶醍被灯光和音乐点燃。不少店铺都打出“音乐吧”“派对吧”等宣传招牌,一些餐厅请来歌手、乐手驻场。民谣、R&B、韩流歌等不同风格的音乐,在不同店铺内响起。在太古仓,由旧仓库改造而成的各式音乐餐吧、Livehouse错落分布。记者走访发现,歌手、乐队驻唱时间多集中在晚上9时至次日凌晨1时,其中不乏科班出身的职业歌手。

珠江新城、北京路、番禺四海城等商圈也分布着类似的音乐现场业态。以分布在太古仓、永庆坊、中大附近的MAO Livehouse为例,2025年这里举办了超650场演出,吸引了超

情绪的出口,社交的桥梁,有人一个月打卡20天

“比起背景音乐,乐队或歌手现场演绎更能让人沉浸其中,一起聆听的氛围感让我放松。”常去有驻唱歌手音乐餐厅的小程告诉记者,现场Live Show是她选择餐厅时的重要加分项。

在广州太古仓春风十里音乐餐吧,驻唱歌手大鹏刚刚结束一轮演唱。他告诉新快报记者,一般周末和节假日店里会迎来人流和消费高峰。驻唱几个月以来,他也留意到一些经常光顾的熟客。“有个年轻小伙子,上个月至少来了20天,他不喝酒,就想听我唱老歌,说有那个味道。”大鹏说。

音乐是情绪的出口,也是社交的桥梁。来自广州的小雨表示:

“对我来说,蹦迪的大型酒吧太吵了,也蹦不动,更希望找一家饮品口味佳、氛围好的音乐酒馆,方便和朋友们聚餐聊天。”她常与同好一起去音乐现场打卡、聚餐,“所以我们会也倾向于选择唱喜欢的歌的地方。”

“我要的是音乐本身。”小南(化名)既是音乐消费者,也是创作者。他大概每半年去一次Livehouse,每次门票消费300元至500元之间,小南偶尔还会购买歌手的签名专辑,因为看好未来的升值空间,一场演出一般三四个小时。“全程站着也不会觉得累,因为现场氛围很

时间是每晚9时至次日0时30分,但在周二消费者晚上8时就开始排队,客流量比平日多大约百人。

在音乐Live Show的空间里,除了听音乐,还得吃一顿饭、点一杯饮料,尝一碗甜品。因此Live演出也直接带动了周边餐饮、酒水、零售、交通、住宿等联动消费,打破“夜晚只有吃饭逛街”的传统消费模式。以7月举办的“珠江琶醍音乐会”为例,活动四天,日均客流环比提升15.1%,其中7月11日单日客流环比增幅达35%。

活动期间,园区分成商户营业额平均提升9.56%;园区商户啤酒销量同比增加51.45%。

好,可以跟着节奏摇摆,音乐能调动身体的快感。”

在他看来,万人体育馆的声场“回声太杂”,不如Livehouse的声场干净。“而且在Livehouse,可以离歌手特别近,演出结束后还有机会合影、握手。”他曾在现场结识过一位说唱制作人,此后还保持着交流,“小众场合更容易遇到‘同频’的人,交友概率更高。”小南说。

为了听爵士乐现场Live,小南还会特意去到爵士音乐餐厅。“爵士乐的魅力就在于即兴。一首歌,你今天去听的版本和明天去听的版本,可能完全不一样,每次去都是独一份。”小南说。

◀夜市上的“音乐Live”充满了氛围感。

◀Livehouse现场。

广州多元包容人文底色
造就一个个“海来阿木”
和他们的《嘉禾望岗》……

“广州这座城市,市场足够大,人这么多,总有人会喜欢爵士,总有人会喜欢说唱。无论你做哪一种乐种,都可以找到你的受众。”小南说,“有些歌手即使只有几万粉丝,依然可以‘活’得很好。因为这几万粉丝的黏性非常强、付费意愿也很高。”

这种包容,从城市的街头也能感受到。“在我看来,众多一线城市里面,广州的街头音乐是最多的。”扎根广州的本土乐队白鲸乐队主唱兼主理人林耿坦言,对于演出市场,广州持有更温和开放的态度。各大商场、电视台也经常举办音乐赛事,为新生代的歌手和乐队提供了平台与机会。

生活成本低也是一大优势。“现在电脑软件或者乐器的成本都很低,制作成本不高的情况下,关键还是看生活成本。”小南分析道,相比于北京和上海,广州的生活成本更低,这让不少年轻音乐人得以扎根成长。

知名歌手海来阿木在近期采访中说道,最早知道广州还是因为音乐,后来他带着自己的音乐来到了广州,并创作了融入广州城市印记的歌曲《嘉禾望岗》。唱作人阿细早年常活跃在广州各类演出活动中,凭借创作逐渐积累起忠实听众,如今已举办多场个人音乐会。

差异化音乐Live各显特色,丰富广州夜经济

为在“音乐+”经济浪潮中脱颖而出,不少商户跳出同质化的演出,在Live内容上深耕特色,以差异、多元的现场体验来提高竞争力。

在琶醍,“音乐+餐饮”业态已经成为街区标配。主打Live业态的矗立居酒屋打破了传统日料店安静用餐的模式,打造了一个沉浸式音乐场景。“我们每天晚上七点半开始,歌手、舞蹈、DJ、萨克斯等会轮番表演,可以现场听音乐,还可以互动。”老板宫小姐向记者介绍。原本主打安静用餐的烧鸟居酒屋变身轻音乐Live现场,实现“听歌吃饭小酌”一站式体验。

“现在年轻人很少去传统大型夜店,更喜欢小酒馆轻松自在的氛围。”宫小姐坦言,这类音乐餐吧最大的优势就是低门槛、高体验,不用买门票和高消费,正常吃饭就能听歌放松,非常贴合现在年轻人的消费习惯。

珠江新城附近的乘池酒吧老板张先生则表示,自己开设音乐类酒馆的初衷是“喜欢听歌”。因此,这家小酒馆的驻唱歌手采取一周内每天轮换的方式排班,由来自不同国家的歌手带来不同风格的演出。“我们不是固定日式酒馆、R&B或流行风格,这主要取决于当日歌手与乐手的表演,不同顾客对我们的印象和感受也会不同。”张先生说,这种多样性也是店铺特色之一。

歌手来源上,店内签约了一批驻场艺人,部分歌手同时在瑰丽等高端酒店驻唱,整体水平要求较高。“我发现目

从20世纪80年代全国首个现代音乐茶座在广州诞生,到如今音乐现场业态遍地开花,广州始终是一座“爱乐之城”。

采访中,多位歌手和创作者向新快报记者表示,广州“音乐氛围好”“够包容”“生活成本低”,这些特质为从业者提供了广阔的生存和发展空间。

39岁的大鹏来自广西,干过泥水工、进过厂,“后来觉得人生的路不该这么走”,便学了吉他和唱歌。现在,他每晚9时到凌晨1时在餐吧驻唱,唱半小时、休息半小时,不仅收入稳定,偶尔还能收到小费。在他看来,太古仓、琶醍一带音乐餐吧集聚效应明显,氛围好,不少游客到广州都会专程前来。

在小南眼中,广州不仅音乐氛围好,而且“够包容”,

▲灯光和音乐点燃了广州市海珠区的珠江琶醍。