

# 杭城演唱会持续高歌 如何留住“行走的GDP”

◎ 潮新闻记者 戴凯霖 文/图



▲“演唱会经济”已经成为音乐行业最热门的话题之一（图源：flickr）

眼下，“为一场演出奔赴一座城”成为火热的文化现象。一场场演艺活动的“持续高歌”成为城市经济发展的“高光时刻”。

据统计，从8月16日起至11月9日，杭州每周都会迎来至少一场演唱会。面对城市的新流量密码，如何让远道而来的“演出粉丝”变为“城市粉丝”？演唱会经济下的摆摊“事业”如何发展？未来的杭州文旅如何“更上一层楼”？记者前往体育中心及周边，探寻演唱会经济的现状与未来。

## 跟着演唱会去旅行

刚刚过去的8月，杭城继续火热开“唱”。张学友60+巡回演唱会持续4个周末，每周3场，共12场；刘德华在杭连唱六天；周深举办了为期两天的演唱会，每场均吸引近5万歌迷涌入“大莲花”，刷新个人演唱会到场歌迷总数的纪录；陪伴很多人青春的“港女”代表杨千嬅也在黄龙体育场热情开唱。

看演唱会的同时旅游打卡，一举两得，有这样想法的人不在少数。8月24日，周深在杭州“大莲花”热情开唱，记者遇到以“搭子”形式，一起乘高铁到杭州看演唱会的学生党们。年轻人直言，在杭州开启了“特种兵式旅行”。在他们的旅游攻略里，更倾向探寻市井味，寻找“杭州老底子”的味道。

记者了解到，从演唱会观众迈入杭州起，就能享受到一站式派发的地铁公交、景区门票、酒店住宿、餐饮折扣等文旅消费权

益，游客可以在市民码（游客版）平台上，自选领取游园年卡多日体验版，抽取地铁多日通票或折扣券，还有专属餐饮优惠套餐。

据了解，8月16日至11月6日，杭州奥体每周都将举办演唱会，被歌迷直呼“赢麻了”！不仅仅是门票收入，演唱会还能吸引了众多歌迷跨城观演，从而拉动旅游、交通、住宿等多领域消费，实实在在地推动“城市热”。

上半年，杭州共举办周杰伦、林俊杰、薛之谦等10位艺人18场大型演唱会，吸引场内观众49万人次、场外观众60万人次。特别是周杰伦演唱会场内外聚集观众超50万，刷新了杭州地区演唱会观演总人数纪录，演唱会举办期间，全市接待外地游客472.2万人次，日均118.05万人，其中省外游客占比67.7%，全市住宿设施接待过夜游客106.8万人次。

## 联动周边，“氛围感经济”拉满



▲杭州某演唱会入口人群

每当有演唱会时，在奥体中心门口，早早守候在此的不仅有观众，还有许多摊主。

每一个摊位都摆放着五花八门的商品，氛围感满满：从明星周边、饰品到小吃、饮品、充电宝，甚至还有妆造、摄影等服务，应有尽有，热闹极了。

谈到来演唱会场外摆摊的原因和选品时，摊主徐小默滔滔不绝地分享起自己的经验。“应援手环大概10元，自己设计的手机链、手链一般15-20元，纹身贴3元左右，闪粉贴10元。”这些都是自己DIY加工的，原材

料也比较考究，都是她精挑细选的。

徐小默表示，为了“占”到好摊位，自己中午就会出摊。一般粉丝们会在下午4点左右开始“出动”，要想销量好，就必须抓住傍晚到开唱前的这两个小时。

周深演唱会当天，刚为粉丝编织完发带的摊主Vivi（化名）和记者聊了起来。“手工编发一般是30-45元，会根据每场演出的受众进行小范围调整。”

她告诉记者，演唱会外的摊主越来越多，商品越来越同质化，像她这样“单打独斗”的有劣势，“摊位不醒目，缺少脱颖而出的点。”

继续走访了几家摊主，她们告诉记者，摆摊绝非易事，需要探索粉丝的真正需求，千万不要头脑一热进货太多。“我们这群摆摊的几乎都是副业，甚至只是体验。每个艺人的粉丝圈和粉丝文化各不相同，每周都需要差异化调整。”

## 持续释放演唱会“磁铁效应”

一场高质量的演唱会，无疑是明星、粉丝、城市的“三向奔赴”。但如何将“流量”变成“留量”？如何将“演出粉丝”变为“城市粉丝”？考验的是城市开放的营商环境、贴心的城市服务和精细的治理能力。

针对演出招商，此前，杭州多部门曾发布《杭州市关于进一步促进“演赛展商旅”联动打造“赛会之城·购物天堂”的若干措施》的通知，对主办单位引进国际知名或国内一流的大型演唱会、音乐节，累计售票人数不低于1万、3万人次，分别给予每站次最高15万元、30万元支持，每家企业每年不超过100万元。特别重大的演唱会、音乐节，给予专项支持。

杭州市文旅局工作人员告诉记者，为搭好演出流量的“顺风车”，杭州提供了“一站式”服务，稳稳接住这“泼天的富贵”。

目前，杭州文旅正在努力以粉丝需求为导向，结合全国各地文旅的做法，丰富粉丝体验。比如，凤凰传奇巡回演唱会常州站，常州中华恐龙园等八大知名景区为观演游客推出半价优惠；薛之谦巡回演唱会温州站，凭演唱会门票可以优惠折扣入住品牌酒店；周杰伦巡回演唱会太原站，除了公交免费、地铁延长运营时间以及各大景区门票免费的福利，歌迷们还意外收到了山西特产老陈醋、醋饮料、酱牛肉和太谷饼的惊喜伴手礼。



►演唱会门口的小摊生意

演唱会期间，短时间内观众大量聚集、离散，考验着一个城市的综合管理水平和服务保障能力，也影响着城市“风评”。

杭州联动公交、地铁部门及网约车平台，引导观众公共交通出行，保障观演观众便利顺畅离场。在周深演唱会结束后，粉丝芊月（化名）激动地告诉记者，作为一名视障者，她在杭州的这场演唱会感受到浓厚的关怀。“天气很炎热，我收到了冰袋，安检时工作人员也发了水杯，每个座位上都有扇子和防蚊贴。演唱会快结束的时候，工作人员带着我走到门口打车的地方，后面警察叔叔知晓了我的情况，开着警车把我送到附近好打车的地方，陪着我等待滴滴，目送我安全上车。”

无疑，这是流量转化为口碑的最好体现。刘德华演唱会后，一位本地观众也向记者分享自己的心情，“好多人散场时都把垃圾带走了，很文明很有秩序，提升杭州形象，给杭州大上分。”在她看来，当更多游客从四面八方涌向杭州时，除了欣赏一场场文化盛宴，还收获了很好的观演之旅，让人有再来一次杭州的冲动。