

# 近146亿元!

## 2023年中国内地大型演唱会票房创历史新高

日前,中国演出行业协会、大麦、微博、灯塔专业版共同发布了《跨越山海 共赴热爱——2023年演出市场大型演唱会年度洞察》(以下简称报告)。报告显示,2023年,中国内地全年5000人以上大型演唱会票房近146亿元人民币,创历史新高;大型演唱会场次达0.24万场以上,观演总人次超2000万。

### 演唱会普遍呈现规模大、场次多的特点

2023年,消费者对现场娱乐体验的需求大规模反弹,演艺市场迎来爆发性增长。报告显示,2023年大麦演唱会点击“想看”人次达1.8亿,用户观演热情持续高涨。

2023年,中国内地5000人以上大型演唱会票房近146亿元人民币,创历史新高;大型演唱会场次达0.24万场以上,观演总人次超2000万。

从体量上看,2023年演唱会普遍

呈现规模大、场次多的特点,万人以上的演唱会较2019年增长3倍。同时,单站多场的演唱会增长显著,整体规模较2019年增长17%。例如,周杰伦2023嘉年华世界巡回演唱会在海口、上海、天津等多城连开4场;薛之谦“天外来物”巡回演唱会在北京、广州等地单站连开3场。

从地域分布上看,长三角、珠三角、京津冀和川渝地区仍然是演唱会

热门举办地。其中,衢州受薛之谦演唱会影响,成为全国票房排名增长最快的城市。

与此同时,市场也明显出现演唱会举办城市下沉的趋势。报告显示,2023年相比2019年,西北地区演唱会票房增幅超900%,五线城市演唱会票房增幅超过600%;省份票房排名上,中西部和东北地区省份排名均有提升。

### 跨城观演比例走高,演唱会更受女性偏爱

2023年,“为一场演唱会奔赴一座城”成为了年轻人休闲娱乐的新选择,跨城观演也为城市文旅发展带来了新的流量密码。

报告显示,2023年大型演唱会跨城观演比例达68%,同比2019年增长7.4%,创历史新高。其中,南京市大型演唱会异地观众占比最高达80%。从跨城观演观众来源地看,广州市位居第一。此外,受头部艺人演唱会拉动,三四线城市旅游消费也持续走高。

从用户结构上看,观看两场及以上

演唱会的购票观众占比超20%,观看4场以上的观众达4%。从年龄上看,演唱会更受年轻观众青睐,24岁以下购票观众(00后观众)占比接近4成。性别方面,演唱会更受女性观众偏爱,占比达6成以上。

从用户体验上看,演唱会用户权益更精细,更具仪式感。以淘麦VIP为例,大麦推出的优先购、专属纪念票等会员权益给歌迷带来了差异化的消费体验。报告显示,去年一年,147.8万淘麦VIP订阅了张杰演唱会优先购,平台

上197万会员领取了淘麦VIP专属纪念票,会员消费心智持续提升。

同时,用户对演出场地、场次的前置参与感更强。演唱会举办前,用户可参与城市“许愿”,当许愿人数达到演唱会规模后,艺人巡演就有可能去该城市举办。报告显示,2023年大麦演唱会城市许愿人次已达5100万,其中561万人许愿成功,实现双向奔赴。广州、西安、北京、重庆、上海、武汉、深圳、成都、南京、郑州成为用户最期待演唱会举办城市。

据《北京青年报》

## “民俗热”背后的文化期待

铿锵的英歌鼓声在英国伦敦市中心响起,一队队涂抹着鲜艳脸谱的演员尽情演绎着粗犷豪放的英歌舞,这一盛景引来了不少伦敦市民驻足。

甲辰龙年春节,国内更是热闹非凡。潮汕的“英歌”、西北的“社火”以及华北的庙会等民俗活动纷纷亮相,成为节日期间一道亮丽的文化景观。从“民俗热”文化现象中,我们能读出哪些信息?

这些传统民俗的走红,绝非意外。它们大多是几千年农耕文明的智慧结晶,是群众在节日期间最为喜闻乐见的群体活动。它们热烈奔放、大气磅礴、喜气腾腾,它们融合了音乐、舞蹈、戏剧等多种艺术形式,展现出巨大的感官冲击力和强烈的情绪感染力,寄托着人们对美好的希冀与渴望。

这些传统民俗的魅力,还在于它们传递了人类共通的情感。以“社火”为例,演员们踩在高跷上,扮演不同的历史人物,演绎着人们耳熟能详的民间故事。在表演中,演员们还会融入秧歌、腰鼓等多种传统民间表演内容和形式,这为优秀传统文化的复兴和创新搭建了新的场景。再如潮汕的英歌舞,人物形象大多取材于《水浒传》,表演者把对角色的理解放到表演中,也给这部传统名著注入了新鲜的解读。在他们的演绎中,我们可以看到善恶



来自广东普宁英歌舞团的演员们,在拥有两百年历史的伦敦伯灵顿拱廊街演出。 新华社发

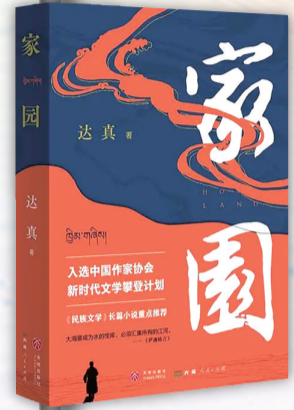
扬善、孝亲敬友等朴实隽永的价值观念得到了具象的表达。这些直接、原始、接地气的朴素情感和价值观,在当代仍然具有无与伦比、深入骨髓的灵魂冲击力,恰恰能引起观众的共鸣和思考。

传统民俗持续走红,不仅为新媒体平台贡献了“流量”,还推动了地方文旅经济的发展。从去年年初开始,淄博、天津、哈尔滨等城市以其独特的文旅亮点在短视频平台走红,文旅传播成为推介地方文旅产品、塑造地方形象、吸引外来游客的重要手段,而社火、英歌舞、庙会等带有浓郁地方特色的民俗活动,恰好是最能彰显文化特质、最吸引网友关注的“精彩流量”。短视频短小精悍、制作方式简单快

捷、凸显高光时刻等媒介特性,让这些民俗活动中最夺目的亮色得以快速传播,从而成为地方文旅的“流量密码”,吸引大批游客,进而引起新一轮自发的传播。再加上文旅官方媒体的主动推介,这些传统民俗活动成为推动文旅消费的活跃力量。目睹这些民俗活动强大的吸引力后,相信会有更多地方开始重视挖掘传统民俗中蕴含的文旅潜能,让当地民俗文化能够被看见、被展示,形成文化与经济“互相搭台,共同唱戏”的良性循环。

“出圈”以后,如何维持传统民俗热度,成为各方需要思考的新命题。一方面,各地政府部门应从顶层设计的角度重新审视民俗活动的核心价值,加强民俗活动的产品化、品牌化和节庆化,以创新的旅游产品、文创商品、国货潮品让民俗活动可购买、可携带、可体验。另一方面,期待更多社会组织广泛参与,共同深入挖掘民俗活动的文化内涵、历史渊源和象征意义,探索其在现代生活中的实际应用。例如,可以尝试将民俗文化融入地方学校的课程体系中,让年轻一代更加了解和珍惜自己的文化传统。还可以尝试将传统民俗与影视、综艺、短视频、动漫、电竞等流行文化元素相结合,进行富有创意的二度创作,并在新媒体平台广泛传播,打造独具特色的研学产品,让民俗的传承有载体、有活力。张铮(清华大学新闻与传播学院副院长)

### 藏地小说再添新作 《家园》讲述民族团结



近日,藏族作家达真创作的长篇小说《家园》由天地出版社、西藏人民出版社联合出版。小说通过传奇性的多线故事演绎以及人物群像塑造,展现时代转折大背景下个体的命运沉浮、社会的沧桑变迁,表达了“融合”是不同文明共同发展的大势所趋。

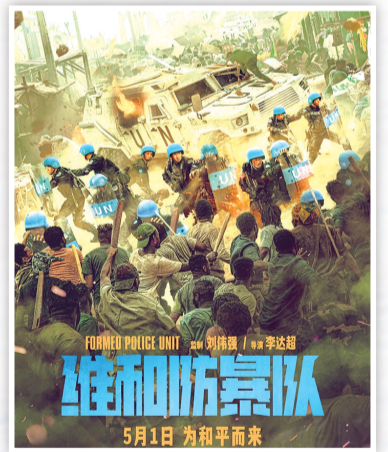
23日在京举行的作品研讨会上,达真表示,《家园》是自己“康巴三部曲”的最后一部,它与前两部作品《康巴》《命定》一起,为和平而歌,为人性而歌。

专家表示,这部作品以“长江源头与源尾”这一独特视角将两个家庭、两个民族的故事结合在一起,用文学笔法生动反映中华民族共同体意识不断铸牢、各民族交往交流交融不断扩大,深刻诠释中华文明具有突出的统一性、包容性、和平性等。

与会专家认为,《家园》将一幅汉藏民族不断融合、携手奋斗的民族团结画卷呈现在读者面前,是藏地小说的代表性作品,也是中国当代文学的重要收获。

据新华社

### 《维和防暴队》 锁定五一档



近日,电影《维和防暴队》发布定档海报,宣布将于5月1日上映。

由刘伟强监制、李达超执导的《维和防暴队》讲述了余卫东(黄景瑜饰)、杨震(王一博饰)、丁慧(钟楚曦饰)等维和警察肩负神圣使命,远赴异国他乡,深入战火纷飞的战乱任务区执行任务的故事。他们直面恐怖袭击、武装暴动、黑帮横行等种种险境,维和行动刻不容缓。

刘伟强曾打造过《中国机长》《烈火英雄》等既有震撼场面又有情感力量的影片。此番,他联手曾获金像奖“最佳动作设计奖”的导演李达超打造高燃动作大片,聚焦鲜少出现在聚光灯下的维和警察。

目前共有8部电影加入五一档,分别是4月30日上映的《哈尔滨的城堡》《间谍过家家 代号:白》《特技狂人》和5月1日上映的《维和防暴队》《没有一顿火锅解决不了的事》《末路狂花钱》《怒海营救》《猪猪侠大电影·星际行动》。综合