



# 音乐节起势 与火热同行

## 近期音乐演出市场再度爆发 人气“热传导”背后需要“冷思考”

□青岛日报/观海新闻记者 米荆玉



■音乐节的人气在城市之间“热传导”。

近日,随着汪苏泷的谢幕,即墨嗨ME·青春音乐节正式落下帷幕,为这一季的青岛音乐狂欢画上句点。

最近的青岛音乐演艺市场,总体来说平稳有序,亮度“均匀”:西海岸,民谣女歌手程璧的个人演唱会做到了实景诗意与民谣旋律的完美结合;城阳区,杨丞琳LIKE A STAR演唱会在市民健身中心体育馆完成了她的青岛演唱会首演;市南区,“奥帆音乐人扶持计划”连续四天上演年轻音乐人狂欢;即墨区,嗨ME·青春音乐节把第二站放到了这里,万余名歌迷喝过即墨的热姜汤,淋过青春里的同一场雨,听过汪苏泷、黄子弘凡的同一首歌,来了就是青岛的音乐合伙人。

以“五一”档为例,数据显示,全国营业性演出场次3.44万场,票房收入20.84亿元,其中音乐节演出23场,取消8场。在众多演出中,与青岛毗邻的烟台华晨宇“火星”演唱会、泰山新青年音乐节成为口碑爆款。青岛的音乐演出与演出IP大型化、风格多元化、受众细分化的潮流匹配,如期如愿完成了演出任务,同时下一阶段的演出也在推进中:艾可什机场音乐节在“五一”档发布了它的首批阵容,早鸟票也顺势推出。音乐节的人气在城市之间“热传导”,在城市内也形成档期“热传导”,态势喜人。

伴随城市音乐节的升温,音乐演出对文旅的巨大拉动已经成为各地共识。然而对于青岛来说,刚刚荣获“2023音乐节之城”的美名,音乐节市场态势也是全年音乐市场的缩影。对于青岛的音乐演艺市场来说,如何提升服务意识、抓好常态流量,如何留下大型项目、为音乐演出“松绑”,如何人性化满足歌迷需求、创造性打造营商环境,是2024演出市场需要深入长考的问题。

### 打法:凸显特色 提炼气质

五一期间,山东各地的音乐演出具有一定的特殊性:华晨宇在烟台的连续三场演唱会造成了虹吸效应,使得周边其他演出纷纷避开假期前半截,避免档期冲撞。在档期较为拥挤的情形下,如何保持歌迷流量,如何做出音乐节/演唱会的特色成为各主办方的重要问题。

“我站在花园里倾听”程璧全国巡演青岛站,选择在西海岸皇冠假日酒店的皇后花园举行,把花园、海滩、夜空实景与音乐现场结合,打造了一场沉浸式演唱会。自2012年歌手程璧推出首张个人音乐专辑《晴日共剪窗》以来,把诗歌启蒙与民谣旋律相结合,走出了一条独特的音乐之旅。山东是程璧儿时诗与歌的启蒙之地,也是她的“文化根基”所在。程璧表示,青岛是此次巡演的第11站,也是唯一一场在海边的巡演,青岛的演出场地跟巡演主题无缝隙吻合,也把“北方特有的清透感”带给歌迷。这种松弛感和大自然氛围与程璧的音乐气质融合,带给歌迷独一无二的音乐体验。

嗨ME·青春音乐节,主打的特色在于年轻态。汪苏泷的顶流人气为音乐节增色不少,黄子弘凡更是首次亮相青岛,吸引了大批年轻歌迷追捧。主办方表示,实际上这场音乐节的档期非常紧张,从近日密集的演出中抢到小沈阳、汪苏泷、乃万等歌手档期非常不容易;歌手小沈阳在演出中3次向当地歌迷致意,也体现了艺人的高配合度。

举办青春音乐节的中联运动公园,之前也是2021麦田音乐节的举办地。如何延续音乐节的人气,持续打造文旅引流盛事,这是嗨ME·青春音乐节的重任。从2016年启动的即墨古城民谣音乐节到麦田音乐节、嗨ME·青春音乐节,长期举办的音乐盛事吸引歌迷持续造访,用一档音乐节提炼城市音乐气质,让歌迷对即墨充满期待。

在众多音乐节精品之间,如何做到体验特色化?即墨结合了民谣音乐节、多元化音乐节的多重优势,今年引入的青春音乐节属于新创品牌,即墨也是青春音乐节主办方落地的第二站,主办方既能请到汪苏泷为代表的顶流艺人,同时能辨认出黄子弘凡、郑润泽为代表的

的阵容。常态流量如何吸引,青岛显然要走一条原创的路线。业内人士表示,从西海岸凤凰音乐节,城阳艾可什音乐节到即墨嗨ME·青春音乐节,根植城市文化特色才能打造具有生命力的音乐节品牌,否则只能打造“年抛型”“月抛型”音乐节,屡屡“从头再来”。尤其今年音乐节以市场化运营为主,全国范围内为补贴扶持而来的低劣音乐节显著减少,2024音乐节已然进入高品质竞争的阶段。

### 服务:数据开掘 技术升级

青岛不仅是音乐节、演唱会主办地,同时也是音乐节服务内容的输出地。最近,从大连元气森林音乐节、烟台华晨宇“火星”演唱会、合肥三只羊VAC电音节等重量级项目处处都有青岛音乐团队的身影。综合国内音乐节/演唱会的举办经验,演出商认为,大型音乐节的数据化、专业度、商业化正在加深,而当地的服务水准仍然有很大的提升空间。

从市场空间来看,最近的大型音乐演出已经到了10万歌迷层级,主办方通过设置VIP区对歌迷进行区隔,音乐演出总票房(售罄)逼近6000万左右,相应的制作费用也从1000万、1500万至2000万一路升高。演出商介绍,去年高频度的音乐节演出过度支出了艺人的商业影响力,今年城市音乐节注重“新鲜度”:要么是首演——像是程璧、小沈阳、黄子弘凡都是首次空降青岛音乐节;要么是演出间隔足够长——像是华晨宇上次来山东参加大型音乐节要追溯到2019年凤凰音乐节;要么索性直接邀请国际音乐人首演——像是合肥电音节就亮出了全球百大DJ级别的大手笔。

近年来累计的大量数据,正在今年的音乐节市场得到运用。音乐人的影响力根据风格、地域(南方城市受欢迎/北方城市受欢迎)、歌迷圈层(性别/年龄)、票房吸引力(百万级/十万级)等细分,艺人阵容形成了专业的区隔和搭配。大型音乐节阵容做到有的放矢,也让艺人的行程更加密集:汪苏泷5月4日出现在泰安、5月5日出现在青岛,仍然能保持现场万人级别的歌迷,两地音乐节的协调和专业度都可圈可点。

在烟台举办的华晨宇日出演唱会可谓国内演唱会的首创。在业内看来,这场演唱会的

突破远不止于时间点选择和歌迷规模,还在于对新的层面上的“匠心”。一位演出商表示,这是山东省内从未有过的高成本舞台,舞台成本达数千万,现场还铺设了空中轨道等设施,呈现出带有科幻感和未来主题的视效,加上定制镜面屏幕、高科技数控设施,光是设计费都不是小数目。实际上,国内视效产业很大一部分来自于演唱会的大屏技术,演唱会成为融合了硬件设备和科技软件的综合事件,也为后续演唱会的体验度树立了标杆。

历经去年的音乐节大潮之后,演出商心态日趋成熟:不一定做最豪华阵容、有话题热度的音乐节,而是要做最有可持续性、最有发展空间的音乐节,尤其音乐节的气质要与城市匹配。嗨ME·青春音乐节承办方负责人樊雷表示,即墨是一个慢生活休闲空间,“大家来这里不仅仅是看音乐节,也是感受即墨的风土人情。”青春’作为音乐节新品牌,一方面要票房收益,另一方面要看品牌收益。单场音乐节的成本很高,但是连续做十场,就能看到整体的收益。”在音乐节品牌运营上,“长期主义”才能彰显久久为功的意义。

### 反思:不止“温饱” 还要“松绑”

从艺人团队到乐迷,一个成功的音乐节到底需要什么样的服务,城市资源与配套服务如何与演艺项目匹配,近期的音乐节活动带来很多思考与契机。

对歌迷的关爱,已经是各个城市音乐节的“标配”。5月5日凌晨天降大雨,嗨ME·青春音乐节歌迷冒雨排队,即墨当地及时送上了姜汤、暖宝宝和帐篷等服务,将对歌迷的关爱体现到细节中。山东对于乐迷的暖心服务获得了“好客音乐节文化”的美誉;泰山新青年音乐节提供泰山炒鸡、范镇火烧和保暖毯,烟台华晨宇演唱会赠送烟台苹果、文创礼品,歌迷通过社交平台晒出来小包子、饼干等赠品,让山东的音乐节体验度在全国音乐节里别树一帜。

在暖心服务层面之外,音乐节主办方也在进一步反思:乐迷的需求不止是“温饱”,还有“松绑”。此次泰山新青年音乐节的好口碑,很大一部分在于对现场旗帜的开放度,主办方建设了专属女性友好空间、专属旗帜通道,疏导了乐迷的热情。如何审核音乐节现场的旗帜,如何让歌迷的热情得到有秩序、规则内的释

放,部分承接方已经找到了行之有效的方式。

一位演出商表示,音乐节的体验感其实远未得到满足,小到品牌快餐与平价饮料的引入,大到露营设施的配备,都有较大的提升空间。另一方面,对于歌迷保障的同时也应该考虑演出商的盈利空间,像是对歌迷人数上限如何确定,场地内每个歌迷到底人均占地1平方米还是1.5平方米,如何加速引入海外艺人,这些重要细节也决定了大型音乐节能否落地。

随着去年演出市场复苏,华晨宇演唱会迅速成为业内顶级项目。为了日出演唱会的创意,团队在6个省看了近30次日出,在山东考察了3个城市,为的是寻找一个毗邻海边、东向看海上日出,可容纳数万歌迷的广阔场地。显然,满足这3个条件的场地并非绝无仅有,但是允许一个显然会造成话题纷扰的音乐盛事落地,保障后续的场地硬化、道路修整,这些才是考验主办方之处。在日出演唱会之后,同一场地还将承办养马岛音乐节,既节省了建设成本,也实现了音乐演出的多样化。

因故未能成功举办的青岛鲸落音乐节,也是近期最受全国乐迷关注的重点项目之一。鲸落音乐节的艺人阵容充满新意,主办方邀请了动漫、动画、游戏的ACG系歌手登场,尤其在二次元群体中极具号召力的音乐人Aimer备受乐迷期待,这位现象级女歌手演唱过《鬼灭之刃》《夏日友人帐》等大热动漫OST(原声音乐),她的演唱会下半年将将在上海、香港上演,青岛乐迷未能抢先“尝鲜”,也为五一档留下了遗憾。充满阵容新意和国际视野的音乐节,也是今年市场上最受乐迷追捧的品类。

综合今年音乐节市场可以看到,2万张门票、单日500万票房已经成为主办方“保本上岸”的基本条件。将于6月中旬举行的青岛艾可什机场音乐节已经发布了首批阵容,包括袁娅维、宝石Gem、JORDANN、生祥乐队等大牌在内的艺人组合吸引了多层面的歌迷,早鸟票成功“秒罄”,有望持续去年的成功。主办方表示,音乐节不应该是拼盘演唱会,而是一种生活方式,为乐迷提供多元化的生命体验和情绪价值。在青岛打造音乐嘉年华,需要城市各个层面拥抱年轻、拥抱多元,把音乐节变成一个贯穿全年、打通室内、户外的音乐常态,让城市影响力持续锁定在年轻人狂欢体验的延长线上。



## 董颖达: 追溯根源,拥抱变化

□青岛日报/观海新闻记者 米荆玉



■董颖达

张国立执导,范伟、周冬雨主演的电影《朝云暮雨》5月17日正式公映。该片入围2024北京电影节主竞赛单元,备受电影界好评,范伟更获得本届北影节最佳男主角殊荣。《朝云暮雨》的电影配乐由青岛籍作曲家董颖达担纲,作为影视圈最受瞩目的音乐人之一,董颖达今年为《大江大河3》《乡村教师》等重量级作品担任配乐工作,而她同时也是一位音乐教育者、作家和音乐跨界探索者,对艺术前沿有着深入的观察和实践,堪称一位全能音乐人。

### 个性电影 突破预设

《朝云暮雨》改编自真实故事,刑满释放人员老秦(范伟饰)遇见刚出狱的女孩常娟(周冬雨饰),老秦服刑27年,只想娶妻生子;常娟想要求财,于是两人一拍即合,开始了一段各怀目的的利益婚姻。“当时片方找到我,介绍了这部戏。我非常感兴趣,觉得这个影片很有意思。”董颖达表示,《朝云暮雨》的音乐创作不带过多的个人情感,不渲染,不煽情,“这部电影表达的,不是日常那种男女感情,也不是非常具象的情感。我们可以站在男主角的立场看女主角,反过来亦可。创作配乐时,我要让自己没有立场——毕竟一千个观众有一千种感受,我不预设也不做太多的情绪引导,让观众自己去判断。”

《朝云暮雨》的配乐在传达角色命运波折的同时又要映衬出角色在不同境遇下的内在变化,董颖达介绍,音乐的功能不是套路化的,它具有在“具象”和“想象”之间的空间优势,“配乐是帮助影迷理解电影的,毕竟电影里一根针的声音都能听见。演员的表演已经非常棒了,配乐需要给到另一个空间,甚至要迷惑观众,让他们不要看到那么清晰的指向——最好的电影让不同的人看到不同的指向,当音乐进入电影之后,要把艺术空间和想象空间做大。”

### 拥抱挑战 勇敢跨界

从15岁考入上海音乐学院附中,到闯荡好莱坞学习电影配乐,再到回国后成为影视圈顶流音乐人,董颖达的音乐创作一直在交响乐、时尚音乐、影视配乐之间自由穿梭。同时她还任教于音乐院校,将艺术理念传递给新生代音乐人。今年春季AI作曲工具SUNO横空出世,引发了乐坛震动,董颖达也感受到了这一波冲击,“我是热烈拥抱一切新事物的。我可能是音乐教育体系里最早将AI作曲理念引入课堂的,四月份我就带领学生用SUNO、UDIO作配乐。有个学生跟我说自己已经有一个月没上过主课了,因为感觉AI出现后学习作曲没有意义,然而上完课才发现,AI就是作曲的工具,无非是用已有的音乐元素进行再组合。SUNO还是非常有初级阶段的音乐游戏,它生成的不是专业音乐内容。在我看来,作曲这件事不会因为AI工具而改变本质。”

董颖达的创作风格多样,从文艺片《地久天长》《柳浪闻莺》到古装题材《天盛长歌》《琅琊榜之风起长林》,从工业题材《大江大河》到民国剧《老酒馆》都有她的创作手笔,她既能为周深创作单曲《和光同尘》,也能为GAI创作说唱歌曲《理·想》。大量的创作背后是深厚的人文积淀和广泛的艺术涉猎,“我现在在上海跟着剧团学习传统戏剧,“这是很有趣的尝试,咱们中国文化特有的音乐语言实在是太棒了。未来如果需要,我会做融合传统戏剧元素的音乐创作。”董颖达表示,历史也是自己的志趣所在,“我现在还在北京大学历史系非常系统地学习,申请历史系时我意识到,自己已经到了一个文化寻根的阶段,开始有了使命感。年轻的时候学习,中年的时候实践,现在我要传承。面对中华文化,我学习越深越感觉自己需要探索的地方还有很多。”

本版摄影 王雷

■艾可什机场音乐节在五一档发布了它的首批阵容。

