

曾经有一档红极一时的综艺节目,叫《乐队的夏天》,呈现的是炽热的创作热情与现场表达,还有台上台下有如知己般的积极互动,用这档综艺的名字来定义青岛演出市场的盛夏,也是极为恰切的:一场又一场的演唱会官宣开票,古典音乐大师谭盾带来了混搭着各种当代音乐元素的跨界表达,还有略显小众的live house演出,以及各种超越了体育场馆的演出业态不断升级……青岛版的“乐夏”不仅仅是欢乐热闹的景象,更为业界提供了可供参考的范本与话题。



青岛版乐夏正在上演

“谭盾音药周”带来音乐混搭。

演出在东方影都影视产业23号棚举行,每天12组歌手、7小时嗨唱,最低不到200元的门票价格看黄子韬、李宇春、郑钧、张震岳的演出,瞬间引爆票房市场。不仅如此,说唱歌手杨和苏“励志电影”巡回演唱会也在6月10日东方影都六号棚同期上演,门票秒光。东方影都的影棚,曾经拍摄了《流浪地球》《独行月球》《流浪地球2》《封神》等众多大制作电影,也是《中国说唱巅峰对决》《“尖叫之夜”》等大型综艺的拍摄地,影都的声场条件和舞美水准得到了专业人士的认可,尤其是去年刘德华在东方影都做了线上演唱会直播,综合体现了影都在现场制作和线上传播的技术实力,也让影棚成为音乐演出的热门目的地。而与演出相辅相成的嘉年华,则以互动的方式让乐迷们体验到了音乐节的新玩法。业内人士表示,现有演出场地要么是千人左右的Live house,要么是三万人左右的大型体育场,万人级别的中等大小演出场地非常稀缺,热门歌手需要万人左右的场地来展现他的市场吸引力,而且能常态化接待万人歌迷、拥有成熟的室内舞美设施,Live house无法盛放这么多歌迷,体育场又显得太大,中等规模的演出场地同时配备过硬的音响设备和直播条件,这些都在东方影都的影棚里得到了实现。相信随着暑假的到来,还将有更多的演出落户于此,并带动这座城市“乐夏”的热度持续升温。

此外,诸多演出扎堆青岛,也彰显了青岛身为新一线城市的吸引力。新一线城市作为一线城市的梯队城市,其商业资源聚集度、城市人口活跃度、生活方式多样性、未来可塑性都很强,而这也利于周边城市消费者进行灵活的跨城观演,为演唱会上座率提供保证且能带动当地文旅发展。数据显示,跨城购票观演的消费者比例亦较去年大幅攀升,平均跨城观演率超过购票总人数的50%。



在东方影都举行的奇妙派对带来演出新思路。

【相关链接】

票务乱象仍需提防

随着演出热度的攀升,有关票务的话题热议不断,这几天,“五月天退票”的词条冲上热搜第一,一方面,许多歌手都发出演唱会秒售罄的捷报、频频宣布加场;另一方面,大量网友反映卡点都抢不到票,网上也出现了各种抢票攻略。这样的局面,究竟是真实火爆,还是另有内情?

记者在采访中获悉,“演唱会秒售罄”已成为宣传的有力武器。不可否认,今年大众对演唱会的需求格外强烈,但饥饿营销却一直都是一个有效的手段。许多网友反馈,明明是卡点进去抢票,一进去购票APP就没有反应了,等再次刷新,票就没了。歌手演唱会的售罄信息往往会迅速成为热议话题登上热搜,侧面证明歌手热度,也能借此进行二次宣传。不夸张地说,现在演唱会门票若没有很快售罄,网友可能就要怀疑歌手的人气了。

此外,还有一个怪现状,就是消费者在平台上抢不到票,黄牛却总说自己有票,只是价格往往需要翻倍。事实上,很多时候,门票很快售罄是因为正规购票平台分到的票根本不多。这不得不提到“公售率”,“公售率”指的是公开售卖的门票比率,而其余的一些门票则会被“内部消化”,这些票正是黄牛票的最主要来源。据业内人士透露,黄牛手中的票主要有四种来源,其中前三种都与主办方有关:热度一般的演出以团购价给予非官方票务,交给对方低价处理;热门演出溢价出售给非官方票务,主办方和非官方票务公司都可以从中牟取利润;非官方票务公司的黄牛发展下线售票;个人黄牛赚差价。根据文化和旅游部发布的《关于规范营业性演出票务市场经营秩序的通知》,要求演出门票公开销售比例不得低于70%。但实际上,购票平台售票的比例很难达到这个数字,即使是歌手本人,也很难在平台上抢到自己的票。

黄牛猖狂,随之而来的演唱会购票诈骗事件也在增加。尽管票务乱象不是如今才出现的问题,但在2023演唱会数量暴增这样的大背景下,演出市场或更需要监管部门,以及各方人员的共同努力,去维护各类活动的平稳落地。

观海新闻/青岛早报记者 周洁 主办方供图

古典与流行皆热闹

进入6月,古典音乐界的风浪正盛,谭盾与青岛许下的“音药周之约”今年进入第五个年头,仍然新意频出,并逐渐形成了鲜明的艺术特色,谭盾对“音”“药”同源的判断、对大自然的皈依、对青岛浪漫都市文化的热爱,体现在五届“音药周”的众多演出里,对于岛城的古典乐迷与当代音乐玩家来说,都可从中找到激发灵感的曼妙之处。

观演谭盾音药周,不仅可以欣赏到大部头的歌剧《茶魂》——这是围绕着陆羽《茶经》讲述的一段盛唐爱情故事;还将率先聆听到世界首演的茶雉乐舞《茶天》《茶地》。此前,谭盾曾带领多位艺术家深入云南山中,在茶王树下感受大地能量,并由此构成了谭盾“茶音三部曲”。谭盾的跨界不止于音乐形式的出新、出奇,今年的音乐周期间,谭盾将他的朋友圈再度扩容,《爱:大海,大自然》专场音乐会搭建了巴德音乐学院与青岛耶稣会胡迪梅组因学校的艺术合作;徐冰、谭盾、于洋《艺术科技》音乐会则推出了“科幻音乐”的概念,将人工智能与交响乐、艺术影像融合,让乐迷感受全景声音乐体验;而在闭幕式演出中,则以中外音乐家的合作展现最为醇美的古典音乐力量,“科普兰&巴伯音乐之夜”邀请到著名小提琴家吕思清担任独奏,美籍指挥家莱昂·博特斯坦执棒,与青岛交响乐团合作演绎著名的《巴伯小提琴协奏曲》。

与盛夏一起炽热起来的青岛演艺市场,不止于古典音乐。几度登上热搜的机场音乐节方兴未艾,任贤齐、薛之谦,还有尚未官宣的李荣浩、郑钧等人的个唱陆续抢占着本土粉丝们的专属音乐时间,而即将到来的凤凰音乐节、麦浪音乐节、海帆音乐节、山海星潮音乐节、新青年音乐节、盖亚电音嘉年华……不但网罗着各路音乐势力来青献艺,也在不断试水着以青岛乐迷为主体、辐射周

边乐迷们的欣赏喜好。面对着应接不暇的演出落地计划,青岛资深演出经纪人小江甚至在朋友圈中喟叹:“感觉现在的青岛遍地都是演出商。”本土资深DJ立波更是直言:“尚未开演的场次九宫格放不下,加之之前的樱桃音乐节、机场音乐节、国信年华音乐节,正在报批的多个专场音乐会,等等,这还不算日常青岛大剧院、Live House。你方唱罢我登场,青岛今年的演出可以载入史册了。”

业态升级带来更多可能性

根据中国演出行业协会发布的一季报数据,2023年一季度,全国营业性演出(不含娱乐场所演出)场次6.89万场,较去年同比增长95.42%;演出票房收入49.80亿元,较去年同比增长110.99%,其中演唱会、音乐节一季度售出票量超过110万张,是票房收入最高的演出类型;观演人数2185.22万人次,较去年同比增长142.96%。历时三年,演出市场终于开始回暖了。

可以说,如此丰富的演出业态以及数量,并非青岛专属,但青岛演艺市场在热闹中寻差异却又为其找到了更多的可能性。据业内人士透露,青岛演艺市场不断呈现出迭代升级的新玩法,“有别于诸多城市音乐节,青岛音乐节市场主打的是‘音乐节+’,以往的思路是‘音乐节+海滩’,邀请乐迷在海滩美景里感受音乐冲击。然而今年的青岛音乐节思路彻底打开:音乐节+机场,有了六万人的艾可什机场音乐节;音乐节+直播,有了抖音美好现场奇妙音乐派对;音乐节+影棚,有了杨和苏东方影都音乐会。”以刚刚结束的抖音美好现场奇妙音乐派对为例,这一

李宇春

郑钧