

# 从“零星几个”到明星“扎堆”来济，演唱会如何为城市发展带来更多助力？ “唱响”济南之后，引来更多畅想

王贝芝 李梦瑶 徐晓磊 济南报道

## 林俊杰的火爆只是开始

5月11-12日，林俊杰JJ20世界巡回演唱会来到济南。11日晚，距离演唱会开场还有一小时，体育场外已经是人声鼎沸，等候在场外的歌迷已经开启“花式”应援模式，热闹非凡。来自日照的小丁也是其中之一。

“从‘官宣’后我就开始期待这场演出了。”演唱会“撞上”周末，再加上距离也比较合适，小丁觉得这样的机会挺难得，于是与男朋友一拍即合，提前半个月便订好车票、酒店。但“实在是太火爆了，开票立刻‘秒没’”，直到演唱会前4天，小丁才“幸运地”候补到门票。

“终于和‘耳机里的人’见面了！现场气氛超好，三个小时的演出，感觉很满足、很享受。”网友“红薯”在社交平台上写道。据了解，5月11日晚演唱会内场观看人数在41000人左右，入场率高达98%；12日晚观看人数在41000人左右，入场率高达98.5%。

除了场内几乎座无虚席，场外气氛也已经“嗨到爆”。粗略计算，当晚场馆外不下千人。

有网友称，这场演唱会“场内有多少人，场外就有多少人”，虽然有些夸张，但也说明现场火爆。

林俊杰演唱会的“热辣”场景，是济南演唱会市场的缩影。2023年初，线下演唱会全面“重启”。据不完全统计，济南几乎可以说是“月月都有演唱会”：4月有黄绮珊、5月有薛之谦、6月有张信哲、8月有刘若英、9月有杨丞琳、10月有周华健、11月有赵传、12月更是明星“扎堆”聚集，有马頔、林宥嘉、水木年华、梁静茹……

今年以来，张靓颖、黄丽玲、赵雷、王心凌、林俊杰先后在济南激情开唱。记者了解到，目前，济南奥体中心目前已签约50余场次各类演唱会、音乐节。根据计划安排，接下来还将有近20场演唱会在济南奥体中心上演。由此窥见，今年济南的演唱会市场的火热程度可见一斑。

## 明星们为何“扎堆”来济南

“去年之前，最后一次在济南看的大型演唱会得是2019年10月底的周杰伦演唱会。但从去年开始，感觉来济南办演唱会的‘大咖’越来越多了。”市民陈先生的说法并非空穴来风。记者梳理发现，据不完全统计，2019年，来济南开演唱会的明星有周杰伦、林俊杰、许巍、朴树、张信哲、林宥嘉、李荣浩、任贤齐等，且时间分布较为分散，并未出现“扎堆”的场面。

随着演艺市场蓬勃发展，演唱会并不再是大城市专属。“现如今，二线或三四线城市逐渐脱颖而出，成为我们首选的巡演地点。

“场内多少人，场外就多少人”，有网友如此形容5月11日晚林俊杰济南演唱会场外情景。其实，火的不单是这一场演唱会。去年以来，济南演唱市场持续火热。一场演唱会能为济南带来什么？从“零星几个人”到明星“扎堆”来，济南演唱会经济为何如此火爆，演唱会市场又该如何进阶？



林俊杰济南演唱会现场异常火爆。 徐晓磊 摄

除了观众更加热情外，相较于超一线城市，这些城市的成本更低，政策支持力度更大，这对演出方和观众都是双赢的局面。”一家知名演艺经纪公司的负责人在接受媒体采访时说。

而济南满足了举办大型演唱会的各种条件，时刻准备迎接“流量”。

“遥墙机场、以济南为中心的米字形全国高铁网络，再加上位于京沪两大城市圈的中心位置，济南具有优越的区位优势。”济南大学文化和旅游学院讲师孙竞介绍，以济南为出发地，无论“北上”还是“南下”都非常方便。同时，济南具有一流的场馆等硬件设施，软件设施方面则有“泉城”“好客山东”“济南交警”等良好形象与品牌，济南市民也有着厚道、淳朴的良好口碑，使得外地游客自然地对济南形成信赖与认可。“济南在山东省内具有极强的辐射能力，山东省内又有1亿人口的庞大市场，再加上便捷的省内交通，济南同时也是巨大的市场。”孙竞说。

与此同时，近年来，济南在文旅方面持续发力，持久的努力有累积的效应，让济南的形象有了长足的进步。“济南城市文化的‘底子厚’，有着两千年的建城史，再加上传统的明府城、民国时期近代化的商贸城等多样文化，本身就具有市场吸引力。”山东大学经济学院教授、山东省旅游协会会长王晨光表示，自身条件得天独厚，再加上主观的努力与客观环境的转变，济南有“网红”效应的加持，同样推动演艺市场不断向“长红”迈进。

## 一场演唱会“点燃”一座城

一场演唱会让万人“奔赴”济南，火热的

氛围同样蔓延至其他行业。

“在济南玩了两天啦。明天晚上去看演唱会。”5月11日，网友“深海”在社交平台发帖，“还有一上午加一下午的时间。哪里值得去，大家可以推荐吗？”

小丁选择“拼假”拉长假期，用工作年假给五一假期“续了费”。“今天去了大明湖、趵突泉，人很多。之前没来过济南，‘错峰出游’一下，体验感更好。”

中国演出行业协会对部分大型演唱会、音乐节的票务销售趋势调研发现，跨城购票观演的消费者比例较去年大幅攀升，平均跨城观演率超过购票总人数的50%。由此来看，“为一场演唱会，奔赴一座城”，成为当代年轻人的真实写照，“旅游+演唱会”或“演唱会+旅游”成为他们假期或者周末的“标配”。

不仅如此，演唱会也会“点燃”场馆周边的餐厅。“如果遇上演唱会，店里基本就是爆满的状态。”济南奥体中心一烧烤店店长介绍，演唱会当晚，客流能达到平时的3倍左右。

值得一提的是，跨城购票观演的消费者比例大幅攀升，意味着演唱会将带火城市的住宿。

5月11日晚，记者以顾客身份走访济南奥体中心方圆1公里左右的5家酒店，均表示房间“有点紧张”，有1家酒店已经满房。济南喜来登酒店相关工作人员介绍，林俊杰演唱会济南站开票后，酒店订单量激增，5月11日演唱会当日实现100%满房，当日客房收入较4月13日增长102.53%。

此外，演唱会经济带动用车需求的增长。“车真的太难打了。”5月11日晚，在演唱会结束后，歌迷陈先生通过平台打车，页面显示前面有近一百单在排队，“根本打不着车，只好慢慢等，结果等了一个半小时才有

司机接单，坐上车都已经十一点四十分了。”

“济南的城市文化基因越来越年轻，对年轻人的吸引力也越来越强。”王晨光表示，济南大型演唱会不仅可以满足年轻人对时尚的追求，还可以拉动消费、促进夜经济的发展。

实际上，一场演唱会“轻松撬动”大流量，带来“超乎预期”的经济效益，这样的例子不罕见。

2023年9月7日至10日，周杰伦天津演唱会综合消费带动超过30亿元；2023年8月中旬，周杰伦呼和浩特演唱会带动旅游收入28.8亿元；2023年8月初的TFBOYS十周年演唱会直接带给西安4.16亿元的旅游收入……

“若是演唱会叠加周末、假期，或许会显示出更强的‘杠杆效应’，为‘周末经济’‘假期经济’注入更大的活力。”孙竞说。

## 围绕演唱会的“流量大战”

“演唱会具有较强的明星属性和吸睛效应，是一种粉丝经济，能够影响并激励粉丝群体释放出巨大能量，可以在短时间内聚集海量客流。”孙竞说。

除了一时的“人从众”，演唱会的举办也让城市有了“抛头露面”的机会，持续释放“人格魅力”。

近年来，随着强省会战略的稳步推进，济南开始全方位地重塑城市品牌和形象认知，如此前的“泉”在济南过大年、“泉”在济南过五一就是具体落地的“案例”。孙竞认为，演唱会自带流量，是城市打造城市名片、更新城市形象的极佳机遇，尤其是在短视频等社交媒体的介入下，任何一点小事都可以放大无数倍，因此可以借助社交媒体的“推力”，打造城市品牌。

值得注意的是，在消费群体更重视“情绪价值”的当下，能否抓住观众游客的情绪需求，提供有温度的优质文旅服务成为关键一环。安全、接驳、停车、安保、住宿、物价、交通管控等各环节，都是对一场城市服务优化的考验。

从“引客”到“留客”，做好“演出+”，需要城市久久为功。这些具象化的“宠粉”举措，将观众的情绪价值拉满，城市的口碑、形象也自然被“水到渠成”地“传”出去。

演唱会为城市“软硬实力”带来多重效益，让不少城市看准这一“风口”，抛出“橄榄枝”：若是达到相关标准，郑州将给予演出经纪机构最高20万元的一次性奖励；对于达到标准的大型演唱会、音乐节，上海将予以最高200万元支持；除了奖励政策，还有一些城市针对演唱会类活动减免场地租金达30%；扬州对演唱会举办方的企业所得税、营业税等进行减免；南宁推出“一次性审批通过”政策……

不难看出，新一轮的“城市大战”，或将围绕演唱会展开。

## 品牌强省 新质山东

# 山东品牌影响力智库报告今日发布

记者 袁野 济南报道

品牌，是企业文化的灵魂，是一城一地的高光，甚至是国家竞争力的综合体现。5月14日，“品牌强省 新质山东”品牌高质量发展融媒宣传月暨《2023-2024山东品牌影响力智库报告》发布活动将在济南举办。

近年来，山东省委、省政府加快实施质量强省、品牌强省战略，印发《山东省质量强省建设纲要》《关于共建共享“好品山东”推动高质量发展若干措施》等质量品牌建

设政策文件。坚持品牌赋能，持续塑强高质量发展新引擎。加强区域公共品牌建设，全力打造“好品山东”品牌。

本次活动由齐鲁晚报·齐鲁壹点主办，中国广告协会国际传播工作委员会、《中国发展观察》杂志社、山东省工业和信息化研究院、山东省品牌建设促进会、山东大学广告研究中心、山东财经大学齐鲁企业发展研究院特别支持，以“品牌强省 新质山东”为主题，旨在发挥智媒体传播、技术、智库、数据等优势，展示山东优秀品牌良好形象，助力山东品牌高质量发展。

新时代如何塑造全球化品牌？本次活动邀请前Visa全球副总裁、大中华区首席营销官，前SAP全球副总裁、亚太区首席营销官孙丽军对此问题进行详细解析；复旦大学新闻学院教授、博士生导师，山复品牌智库主任汤筠冰将对数智赋能品牌传播新趋向分享自己的独到见解。

本次活动亮点多多，邀请知名品牌建设和管理专家、企业家、品牌企业（单位）代表、主流媒体记者、互联网平台代表等齐聚一堂，共话合作发展，为山东品牌的形象打造和提升全面赋能。

活动期间，将发布《2023-2024山东品牌影响力智库报告》和“2024山东最具影响力品牌榜”，并进行圆桌对话，优秀品牌代表分享品牌建设经验。届时“品牌强省 新质山东”品牌高质量发展融媒宣传月和“2024（山东）大学生喜爱品牌调查”活动同时启动。

值得一提的是，齐鲁晚报·齐鲁壹点开发打造的“山东510-BRAND”元宇宙品牌云展厅也将同步上线，将为品牌提供线上元宇宙空间展示、提供沉浸式直播带货等配套服务。