# 人气旺活力足 演出市场春暖花开

近期，线下演出市场快速复苏，不少大型演唱会重启，各大剧场也迎来了久违的热闹场景。“三月的林俊杰、四月的五月天、五月的周杰伦，都可以在线选座了。”各类票务资讯不断，涉港澳台营业性演出通知更让国内演出市场再度焕发蓬勃朝气。

目前，演唱会、话剧、音乐节、脱口秀等多种线下演出接连上演，演出市场迎来“小阳春”。图为海南海口，在2023迷笛音乐节首站上，某乐队主唱与乐迷互动。 （图片由CNSPHOTO提供）

各地演出精彩不断

从往年的情况来看，春节后的一两个月通常是演出市场的淡季。而目前，演唱会、话剧、音乐节、脱口秀等多种线下演出接连上演，演出市场迎来“小阳春”。

近日，在北京民族文化宫剧场，90分钟的拼盘脱口秀为观众带来了难忘的喜剧盛宴。一把椅子、一只麦克风、一束灯光，脱口秀演员与观众的互动碰撞出了火花，将现场的欢乐气氛点燃。

上海笑果文化传媒有限公司负责人文筱玥表示：“今年2月，我们举办了超过65场演出，有近3万人次观众来现场观看。目前，公司正在筹划新的专场和主打秀的全国巡演，未来争取在更多城市与更多的观众在剧场中相聚。”

上海市文旅局发布的统计数据显示，今年3月全市演出备案931场，同比2019年的530场增长75.6%，其中市属国有院团、剧场计划演出672场。

“最近，有很多话剧导演都会在朋友圈持续更新一些话剧信息，从他们身上也可以看到，线下演艺市场复苏的迹象是很明显的。”中国青年剧作家、导演向凯表示，相信到今年暑期，线下演出应该会有更加积极的信号出现。

深圳滨海艺术中心工作人员表示，3月共有10个演出项目、21场演出安排。4月还将迎来特别企划项目——第二届湾区国际戏剧生活节，包括马伯庸原著改编《两京十五日》、东野圭吾原著改编《虚像的道化师》等。6月待定上演的还有经典音乐剧《剧院魅影》中文版。

“仅今年上半年安排的演出场次已经过百，可以说是非常繁忙。”该工作人员表示，“大家都对未来的市场充满信心，观众购票的积极性也有了显著提升，尤其是对于海外项目及名家名作的期待值也在提高。”

线下市场加速回暖

今年1月，文旅部发布关于优化涉港澳台营业性演出管理政策的通知，提出自今年2月16日起，各地文化和旅游行政部门恢复对涉港澳台营业性演出的受理和审批。该政策的出台助力线下演出市场进一步加速复苏，在低谷期后进入新一轮爆发期。

据中国演出行业协会消息，包括周杰伦、五月天、周华健、任贤齐、刘若英等港台艺人，李宇春、毛不易、许嵩、张杰、华晨宇、许巍等内地艺人在内的数十组艺人年内都有演唱会计划。与演唱会一同升温的还有大型音乐节，仅两家音乐节品牌头部机构目前已分别确定在十余个城市落地大型音乐节项目。

购票平台大麦网的票务信息显示，目前在售的音乐类线下演出在1000场以上。大麦网方面表示，在大型演唱会和音乐节方面，市场供给丰富，张杰、李荣浩、张韶涵、陈楚生等艺人的巡演均已进入官宣或售票阶段。

对此，中国演出行业协会表示，今年第二季度起，演唱会和音乐节将进入相对密集期，各地已出现不同程度的大型场馆排期紧张状态。业内预判，2023年至2024年，演唱会市场的竞争将非常激烈。

周杰伦嘉年华内地巡演等线下大型演唱会的复苏，也让举办地旅游、餐饮、交通、住宿等消费场景迎来高峰。携程数据显示，2月以来，太原旅游搜索访问量环比增长近50%，酒店预订量环比增长70%；2月23日18至22时，海口目的地搜索量环比22日同时段增长近80%。

有业内人士表示，当前，演唱会等线下大型演出的回归，让相关公司也随之受益。除经纪公司、演唱会承办方外，灯光、舞美、道具等一系列产业链上的细分市场也将迎来更多发展机遇，线下文化活动产业链的潜力将被进一步激发。

文化供给持续丰富

今年以来，为促进线下演出市场复苏，鼓励开展演艺活动、丰富演艺市场供给也被许多地区文旅部门列入了工作计划。

例如，2023年成都市《政府工作报告》提出，将提升打造成都音乐坊、东郊记忆等音乐园区，举办第十四届中国音乐金钟奖等重大活动，音乐演出1500场次以上。

海南省更是以真金白银吸引线下演出的落地。海南省旅游和文化广电体育厅发布的《关于促进海南文化展演体育赛事和会展活动恢复振兴的若干措施》明确，海南将设立文体专项奖补资金，总规模1.1亿元。此外，文艺展演根据观演人数对企业进行补贴，观众人数达3万人（含）以上补贴150万元；观众人数达2万人（含）至1万人补贴100万元，观众人数1万人（含）内补贴50万元。

此外，北京结合城市空间特点，陆续开展特色演艺群落建设，推进富有城市文化特色的演艺新空间探索。3月3日，天宁1号东方艺空间在天宁1号文化科技创新园内正式启幕，这是一处由中国东方演艺集团与中国华电共同打造的综合性演艺新空间，集创作演出、艺术展陈、艺术普及教育、文化交流体验等功能于一体，由一个300余座位的剧场以及观宁阁、如画里两个户外开放空间共同构成，未来将通过拓展培育文旅消费新场景，服务北京“演艺之都”和首都全国文化中心建设。

如今，将演艺活动与旅游、商业、展览等相结合，方便市民在商场里看演出、书店里听脱口秀、小剧场里玩“剧本杀”……一批以咖啡厅、书店、商场、商务楼、文创园等为代表的演艺新空间持续涌现，不仅带来文化与商业、旅游相融合的新消费，更大大提升了市民的幸福感、获得感、满足感。

值得关注的是，近日，文旅部印发通知，将对互联网演唱会、剧目演出等新业态明确管理要求。除加强对评论、弹幕等实时内容的监控外，通知提到，网络直播采取延时直播方式播出。线上演出或将迎来从技术到内容端的重大挑战。

“线上演播的盈利模式、流量的变现方式亟待丰富与迭代。”中央民族乐团副团长唐峰介绍，过去一年，中央民族乐团推出34场线上音乐会，观看总量超过1.82亿人次。唐峰表示：“演出方要通过与平台方联手，打造真正为互联网定制的演播内容，并通过增加互动、定制权益等方法扩充盈利模式、变现方式，而不是将一台线下的演出直接搬到互联网上。”

中国商报2023-3-22