

陶喆、邓紫棋、王心凌、李健……30余场音乐演出陆续定档青岛 “音乐之岛”缘何频受青睐？

最美四月天,对于青岛歌迷而言,心里更美的则是大牌歌手们扎堆在青开唱:3月份,安浦、潘玮柏、五条人等陆续演出,搅热了青岛演艺市场的热度;进入4月份,青岛本土的演唱会日程则进入了密集官宣期。据不完全统计,目前已有30余场音乐演出陆续定档青岛,其中不乏陶喆、邓紫棋、王心凌、李健等实力与人气兼具的歌手将来青开个唱,他们带动的不仅仅是本土的音乐热度,同时也不断助推着文旅消费的“上春山”,持续擦亮青岛“音乐之岛”城市名片。

多场大型演唱会已获批

根据山东省文化和旅游厅官网公示的山东省营业性演出准予许可决定显示,目前已有7场大型演唱会青岛站的演出获批,它们分别是5月3日举行的杨丞琳LIKE A STAR世界巡回演唱会青岛站;5月18日举行的陈楚生“棱”2024巡回演唱会青岛站;6月15日、16日连开两场的邓紫棋I AM GLORIA巡回演唱会青岛站,陶喆Soul Power II世界巡回演唱会青岛站则与之“撞期”;6月29日,“甜心教主”王心凌SUGAR HIGH世界巡回演唱会将在青岛开唱;8月24日,将迎来2024“当我们谈论爱情”梁静茹世界巡回演唱会青岛站的演出;十几年前曾在青岛开唱的张惠妹也将再度归来,于9月21日在青岛举行ASMR MAX巡回演唱会,不知能否唤起当年歌迷们的青春与回忆。此外,据业内人士透露,李健、许嵩等人的演唱会也在赶来的路上。

对于一位歌手而言,能够以演唱会的形式直面歌迷,不仅是自身演唱实力与歌坛资历的肯定,同时也是演艺市场资本的一种认可。从目前定档的青岛站歌手阵容来看,每一位开唱歌手都有着独一无二的优秀唱功与粉丝群体:王心凌、梁静茹吸引的是80后、90后的青春留痕;陶喆则以其不可替代的唱作人身份制霸乐坛许多年;邓紫棋堪称“铁肺唱将”,《泡沫》《光年之外》《倒数》皆是飙高音的不二之选。至于颇具文艺气质的李健、许嵩,他们一直是演唱会市场上的宠儿,一方面他们的演唱会数量少而精,即便是在去年演唱会市场报复性回暖之时,他们依然保持自己的开唱节奏,另一方面,两位歌手都有着全民传唱的好歌,演唱会氛围绝佳,对于喜欢高品质音乐的歌迷来说,这是一场充满听觉纯享和互动惊喜的盛会。

陶喆和邓紫棋同城“叫板”

尤为有趣的是,6月15日、16日这两天,陶喆与邓紫棋的同城“叫板”成为一大看点,陶喆将自己的演唱会放在国信体育馆,邓紫棋则在市民健身中心体育场开唱,届时,两人的歌迷群体用脚投票,给出一个独属于不同时代歌迷的审美选择,是正值当打之年的实力派歌手更受青睐,还是实力与人气兼具的中生代女歌手更具号召力,也让这两场音乐会充满“暗战”,不论最后结果如何,青岛6月演艺市场的火爆已是板上钉钉。



30余场演出为啥光顾青岛?

除了已官宣的大型演唱会外,还有更多音乐演出将以多样形式直面岛城歌迷,可以说,进入4月份,青岛也进入了高频度、高密度的演唱会时期。

30余场的音乐演出缘何安放在青岛?据业内人士分析,自2023年演出行业强势复苏以来,青岛赶上了这趟高速行进中的列车,由此带来的“长尾效应”也在今年不断显现。2023年统计数据显示,10位歌手在青岛举行了13场演唱会,青岛音乐演出市场容量在全国城市排名第19位,交出了一份亮眼的成绩单。“3月份,北方城市都有一段‘倒春寒’,毕竟天气寒冷,大家的出行意愿、嗨唱意愿都不会那么强烈,所以往年大部分的演出都会在5月份之后

再启动。但是今年不同,3月份,青岛演艺市场就迎来了大手笔之作,安浦和潘玮柏的青岛个唱掀起了不小的热度,这两场演唱会的主办方都在去年有着成功操盘大型演唱会的经验,安浦演唱会举办地青岛凤凰之声大剧院同时也是一年一度的‘凤凰音乐节’的主办地;潘玮柏‘狂爱’演唱会举办地青岛市民健身中心则在去年成功举办了薛之谦青岛演唱会,有热度、有氛围,特别是青岛地铁的延时保障,也让不少远道而来的歌迷自发成为青岛城市文旅宣推的‘自来水’,通过社交媒体的发酵,不断累积着良好口碑,因此青岛演艺市场在3月份‘开箱’也便是水到渠成之事。”青岛市演出行业协会相关负责人对记者说。

青岛凤凰音乐节现场。资料图片

延伸

一场演唱会带火一座城

当下,“为一场演唱会奔赴一座城”已成旅游新风尚,于异地粉丝而言,借着演唱会间隙,把城市网红景点、特色美食一一打卡,一趟“跨城之行”才算充实。由此衍生而来的吃、住、行便成为文旅消费不断飙升的一大动因。演唱会不仅带来可观的门票收入,还可以在短时间内聚集海量客流,促进文化产业的提升、文化业态的多元化,带动城市服务行业发展,形成文化消费新场景、新模式,“文化+旅游”的文旅资源组合形式正在被越来越多的城市所采纳。

之于青岛而言,一场演唱会催生的城市文旅热潮不仅仅是走马观花式的打卡,更为歌迷带来了定制款的“独家记忆”。去年薛之谦演唱会上,他将单曲《你还要我怎样》的歌词修改为“青岛专供”;任贤齐则在演唱会后游走青岛的大街小巷,喝啤酒、吃蛤蜊,打卡人气爆棚的台东夜市,由此还催生了“跟着小齐哥游青岛”的同款城市旅行路线。

声音

擦亮城市的“有声名片”

当下音乐演出市场的风起云涌,各地均在发力,青岛如何在这等高密度的演出中,不断助推演出市场健康有序发展,擦亮城市的“有声名片”,也成为所有行业中人正在思考的问题。青岛资深音乐人王斐东在接受记者采访时表示,如何结合当地消费实际,让歌迷们的这一趟音乐之旅有着物超所值的体验,是一个城市文旅热度能否维系的重要因素。“在看到演艺市场数量井喷的同时,还需赋予更多的特色。”王斐东坦言,参考既往比较成熟的音乐演出模式,细分市场并转向衍生产品的开发也是必由之路,“以音乐节为例,与景区联动的度假生活方式类的,让音乐节不再是单纯看舞台演出,而是升级为周末节假日的一种生活方式,让更多参与者有更好的体验感;再比如,打造亲子类的音乐节,像是著名的草莓音乐节,早已衍生出小草莓音乐节,招徕更为广域的观众群体,继而实现业态升级。这或许为当下演艺市场热潮提供了一个新思路。”

本版撰稿

观海新闻/青岛早报记者 周洁