

停滞3年后,演唱会终回体育场,浙江的这座城铆足了劲儿 这一次,“谦”军万马奔衢州

□本版撰稿 陈新怡 郑天一 陈宇浩 徐宁

演唱会沉寂了3年,如今以井喷之势袭来。

出人意料的是,浙江最先官宣的是衢州——3月18日、19日,歌手薛之谦在衢州体育中心体育场举行演唱会,全国有5万人涌进了这座三线城市。

而未来,衢州拟一年办六场演唱会,以演唱会经济打造新城市品牌。这不仅可以通过明星和粉丝的宣传造势,推广城市知名度,更能给城市带来一股新的活力,带动文旅的持续发力,让产业发展更加丰富多样化,就业前景更加可观。

在演唱会开始前几天,记者来到衢州走访,作为一座相对低调的城市,它的“唱响”策略,不失为一种有益的探索。

一座城,因演唱会被关注

直到3月16日上午,陈尔才想起还没买周末回衢州的高铁票。

打开12306,陈尔傻眼了,18日上午10点到12点相对“黄金时段”的高铁班次,全部显示无票。

陈尔再登录携程,同样的班次,已显示需要抢票。支付了20元“专人抢票”费,苦等了3个小时后,页面依然“排队中”。

最终,陈尔搞到了一张3月18日上午10:17从杭州南站出发的站票,全程两小时。

5万人涌入,让衢州感受到前所未有的“被关注”。其实,早在2月22日,有关“周杰伦演唱会 衢州”的词条就冲上微博热搜,阅读量达1.4亿。

不少网友疑惑:衢州是什么好地方,薛之谦去,周杰伦也要去?

为什么是衢州

2020年,衢州市体育中心体育场还未建成时,邀请薛之谦、陈奕迅、周杰伦、张学友、五月天等明星的经纪团队来看场地的谭琪,也被问了同样的问题。

身为珠江文体衢州市体育中心运营团队的负责人,在体育场刚开始打地基时,谭琪便着手开始做周边的市场调研,以及整体运营分析和规划。

和同量级的城市相比,毗邻福建、江西、安徽三省的衢州自带地理优势,背靠浙江,又给其带来不少消费力的支撑。但弱点也很明显,作为旅游城市的衢州虽然打出“衢州有礼”的招牌,很多人对它的印象还停留

在“三头一掌”、南孔文化上,对年轻人的吸引力不强。

2023年2月14日,薛之谦率先官宣巡演首站从衢州启航——大型演出市场停滞3年后,谁会成为首个开唱的歌手,谁又能成为首个举办演唱会的城市,全部都是媒体关注的焦点,而衢州抢唱到了“头啖汤”,这是今年浙江省第一场体育场级别的演唱会。

百度搜索指数显示,2月14日至17日,“衢州市体育中心”的搜索量,达到了平时的22.5倍左右。

“很多人或许会惊讶为什么是衢州,但对我们来说,这就是水到渠成。”谭琪说。

早在项目前期,各大明星团队就被邀请来衢州做调研、看场地;演出商最头疼的审批,在衢州不仅短时间内通过,政府还配套做了不少城市服务措施。

谭琪想的是,把衢州体育场一炮打响,用满坑满谷的观众让演出商看到市场。

2月17日17时17分,薛之谦衢州场开票2分钟即售罄,不仅浙江,来自武汉、福建、云南、广州等地的歌迷纷纷在社交平台上晒出自己的购票记录。

和经纪团队沟通之后,衢州站赶忙再加了一场,不出所料,门票再次售罄。

5万人涌入,拿什么来接待

3月17日开始,从高铁站到体育场周边的酒店,成了的哥李标开得最多的线路。

在他的印象里,衢州从没开过如此大型的演唱会,上次这帮人头攒动还是在他年轻时,刘欢、毛宁、那英来衢州开拼盘演唱会。

“这不是几千人的文化宫啊,是几万人的体育场啊!”李标有点担心:“衢州能接下这么多观众吗?”

演唱会官宣前,衢州市政府便成立了工作专班,金黎波和同事每天定点办公,包括梳理39项具体的工作清单,涉及各个部门:公安、交通、卫健委、消防、气象……

他和同事们忙到凌晨,甚至通宵,反复推演可能遇到的问题:观众买到假票怎么办?粉丝在观众席受伤怎么办?遇到场馆内的安全隐患怎么办?最担心的,还是如何安全、有效地疏散结束后的人群。

大大小小的协调会,开了二十几次。会上,汇报时间最长的就是公安部门,交通管制设几处,分流人群开几个口;公共交通也备受考验,新开4条演唱会专线,10条酒店大巴专线,200辆公交接驳车,2500辆小黄车和共享电动车,还划分出ABCDEF六大区域供自驾观众停车……

为应对部分酒店房价上涨,衢州市场监

督管理局未雨绸缪发布“提醒告诫函”,饭店业协会也发出了行业自律倡议书,开展自查自纠,文旅局等部门还开展了30余次的联合执法。在文旅局工作的徐新德和同事们,忙着协调备用房源,市委党校、衢江区委党校、衢州开放大学……共680张床位被腾出来,准备提供给没有订到酒店的歌迷。

郁粉是薛之谦浙江后援会的负责人,她们最终在市委党校订到了房间,这里百余元的价格更亲民。

临近演唱会,粉丝群里也纷纷约起了饭,还约好看完演出,大伙儿跟着攻略好好玩一玩。在郁粉的记忆里,2019年薛之谦在台湾开唱,她和三个小姐妹把高雄、垦丁都玩了个遍。

跟着演唱会去旅游,是大多年轻人选择新旅行地的理由。

一场演唱会撬动的经济

数据显示,5万观众中,来自衢州市外的占85%。

衢州文旅旅游发展中心的龚晓峰算了笔账:来衢州旅游的人均消费为1160元,旅游相关产业的带动系数为1:4.3,收入可观。

而来观看的粉丝群体以90后、00后为主——正是花钱的主力人群。

在旅行社工作的徐慧萍最近接到不少“谦友”(薛之谦粉丝的昵称)打来的咨询电话,公司特地设计了小众路线,并做了广告语——“‘谦’山万水邀你游”。

开化、江山、龙游等6个县市也都感受到了“分流效益”,挖空心思想让这一拨观众留得再久一点。各个县市的文旅局局长亲自上阵为自家打call,拍摄特色宣传片,更有县市推出了凭演唱会门票畅游的套餐。

最近,龚晓峰和同事们忙着在体育场对面的美食街开展“文艺赋美非遗”市集活动。不仅让歌迷在演唱会附近就可以品尝到衢州美食,还向外地游客集中展示、销售了衢州非遗的文创和旅游产品。他想的是“怎么靠这一拨大市场,把衢州推销出去,做好长尾效应。”

考虑到粉丝应援文化,他们还在美食街后方设置了100米长的流动摊贩管理点,方便粉丝采购应援物,交流周边。

95后的小宋是衢州本地人,她打算在演唱会那两天,出摊提供简单的妆发服务,每单定价45元。这几天,她已经陆续接到了50多个订单。而男友和弟弟则准备了雨衣、充气沙发、小零食,在场馆门口摆摊也能赚点零花钱。他们期待着衢州能有越来越多的演唱会。

薛之谦演唱会带来的火热,只是衢州演艺经济发展扩容中的红利缩影。

随着大型演唱会、线下演艺活动不断回归,衢州演艺经济市场正在不断蓄力——

摩拳擦掌的谭琪邀请了一线经纪公司和演艺公司来看演唱会;经历过“实战”的金黎波和同事们专业地预测着周边在建中的星级酒店和商场未来的商机……

演艺经济红利正在点燃衢州“旅文+演艺”发展风潮,这已经不仅仅是增加城市知名度,更是衢州在就业、城建、旅游、服务方面的一次强势突围。

未来,衢州将力邀顶流明星演唱会落地(拟一年办六场),靠演唱会把衢州打造成年轻人喜欢的新城市品牌。

爱看演唱会的你,也许对这座城会越来越熟悉。

演出有番外



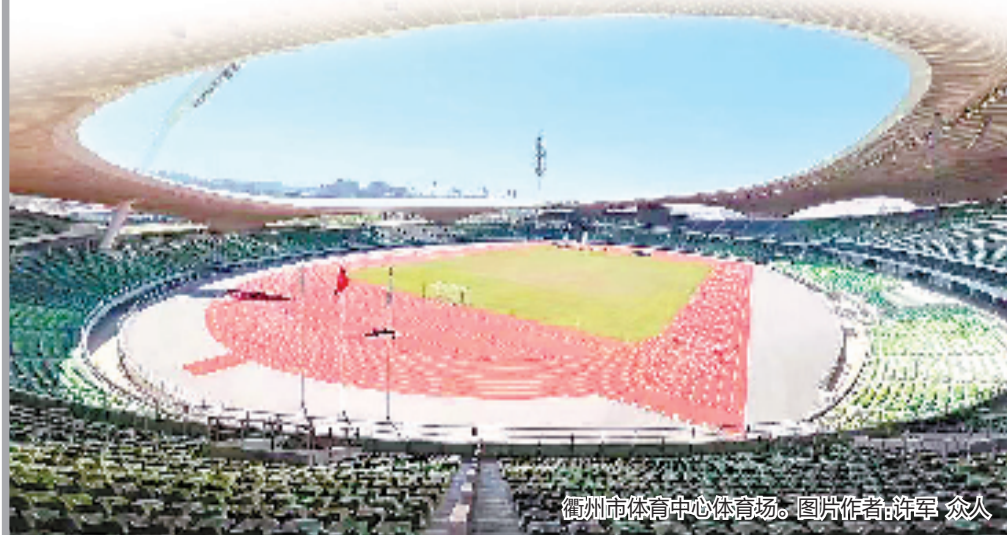
陈新怡

生活逻辑是多样的



郑天一

影游综三栖



衢州市体育中心体育场。图片作者:许军 众人