2024，我们需要什么样的演唱会

中青报·中青网见习记者 李丹萍
记者 蒋肖斌

> 2023年的音乐演出，有吵闹，更有欢笑；有争端，更有感动。争议的背后，是大众对于音乐演出更高的期待，对演出市场向着更良性方向发展的追求。

视觉中国供图

跨年时刻，你被演唱会刷屏了吗？

今年各大卫视的跨年演唱会可谓各显其能，热闹非凡。“热烈向前”2023-2024湖南卫视芒果TV跨年晚会不仅有“浪姐”“披哥”同框，还邀请到韩红、凤凰传奇、李荣浩等艺人演出。“更好2024”江苏卫视跨年演唱会则请到邓紫棋、薛之谦、周深、周华健等歌手加盟……

线下，音乐演出同样火爆。元旦期间，陈奕迅、林宥嘉、梁静茹、赵传等个人演唱会轮番开唱，芒禾跨年音乐节、“当燃有你”跨年音乐嘉年华等接连上演。

其实，这场看似为跨年而生的音乐狂欢，并非节日特有，它早已贯穿了2023一整年。根据中国演出行业协会公布的数据，截至2023年第二季度，大型演唱会、音乐节演出场次428场，环比增长448.72%；从观演人数分布来看，前三季度演唱会观演人数占比约60%，用户持币向演唱会等少数大型演出的流动明显。

在这个音乐演出井喷的2023年，音乐给我们带来了太多的欢笑与感动，有“为了一个人飞往一座城”的“跋山涉水”再相逢，也有“将演唱会变身大型KTV”的乐此不疲。而这一年，音乐演出也伴随着吵闹：黄牛票、遮挡票、五月天“假唱”争议……风波不断。

那么在热闹的背后，2023年的音乐演出现状究竟如何？新的一年，它又将何去何从？日前，中青报·中青网记者采访了多位业内人士，带大家回顾2023，展望2024。

2023音乐演出火爆：是幸福，也是烦恼

徐楠秸是广州禾光飞扬文化传媒有限公司的总经理，也是广州市风林火山文化娱乐有限公司的副总经理。2023年，他参与了王源、张靓颖、林俊杰、王栎鑫等多位艺人的演唱会项目。忙碌的状态，成为他生活的常态。

同样为演出奔忙的还有北京元天一文化艺术有限责任公司总经理、果儿现场演出厂牌创始人王欣明。作为主办方和出品人，他和团队制作推出了汪苏泷2023“世纪派对”巡回演唱会、黄义达2023“烈风”巡回演唱会、日本摇滚歌手石原崇雅2023“20周年&超越”中国巡回演唱会等。

黄义达演唱会苏州站现场，一对夫妇引起了他的注意。“叔叔阿姨年近60岁，一直很喜欢黄义达，但之前从没看过他的现场。”王欣明说，这类人群本不是演唱会的目标受众，2023年却非常多，这让他既惊讶又感动。

据王欣明观察，自2023年年初到6月，“不论你人气多高，什么类型，演出票基本上都能售罄”。他解释道，2020年本该是一个演唱会大年，2023年多数的演出是当年“欠的账”。大众观演需求强烈，行业从业者需要营收，“多重需求积压之下，阀门一旦被打开，音乐市场自然呈现出井喷的状态”。

然而，音乐演出火热之下，从业者的日子并没有那么好过。“举办演唱会的前置成本较高，通常一个艺人开8-10场才能回本。”徐楠秸坦言，2023年不论是艺人、舞美制作，还是安保等成本都在上涨。“现在虽然演出数量很多，但是盈利空间较小。”他说。

王欣明对此也深有体会：“演出的场次太多了，很多设备都需要‘抢’。尤其是音响，它直接关系到演出效果，一定要找一家靠谱的供应商签‘死’。”

“演出行业的投资逻辑，就是快进快出，流水大。”王欣明表示，音乐演出市场的火爆，吸引大量资本入局的同时，也导致从业人员良莠不齐。“有些主办团队没干过大型演出，甚至连怎么办音乐节都不知道，不懂排序、做不好接待、演出设备准备不到位……”

在王欣明看来，到了2023年七八月份，音乐演出市场逐渐出现疲态。“大量有热度的巡演落地，抢走票房；有些艺人巡演的场次大大超出本人能够承载的体量。”他觉得，中国可以举办大型巡演的城市已基本覆盖，“从演出的空间半径来看，它本身就是一个互相抢的状态”。演唱会本身出现的一些负面舆论，对行业也造成了一定的影响。

徐楠秸则认为，2023年全年的音乐演出数量持续高涨，但下半年整体市场逐渐回归理性。

票务平台大麦网数据显示，2023年11月、12月的大型演唱会演出场次均超200场，基本同10月份持平；2024年元旦期间演唱会超20场，超过2019年同期水平。

“强实名”之下，二级市场何去何从

抢票难、黄牛票、遮挡票……演出市场火热的同时，票务争议成为绕不开的话题。票务平台、演出方、相关部门等推出一系列应对措施。

大麦网对平台的防控体系进行了提档升级，在精准识别和拦截“黄牛”能力上加大投入。此外，大麦网还收集用户反馈的黄牛问题，制定对应的解决方案，处置违法违规的账号。

2023年9月12日，文化和旅游部联合公安部下发了《关于进一步加强大型营业性演出活动规范管理、促进演出市场健康有序发展的通知》（以下简称《通知》），要求对5000人以上的大型演出要实行全流程的“强实名”。

《通知》发布后，符合条件的大型演出的购票页面都出现“条件退”或“强实名”的字眼。不过记者注意到，各个演出退票的“条件”不同。例如，2023于文文“魔方视界”巡回演唱会上海站，在开演前2天关闭退票通道，手续费根据时间收取0.6%或20.6%；周笔畅“女大十八变”演唱会北京站，在开演前1周关闭退换票通道，手续费根据时间收取0%或20%。

王欣明对此表示，“强实名”有助于保护市场和消费者，大方向是好的，但是没有统一的标准，大家都在“摸石头过河”。

徐楠秸认为“强实名”是一把双刃剑。保护消费者合法权益之外，也可能成为恶意竞争的一种手段。他举例，如果两个竞争对手，A开演唱会，B的团队大量抢购后，在临近演出时退票。虽然B需承担一定手续费的亏损，但会造成A演唱会现场座位的大量空置。

此外，徐楠秸觉得，“强实名”压缩了二级市场的空间。“如果演出原本要开8000个位置，现在只卖出2000张，有亏损的风险，剩下的票要怎么解决？”他表示，演出方需要通过二级市场，在售票效果不好时，为剩余的门票做促销。

摩天轮票务是一家二级互联网票务平台，CEO刘敦介绍，《通知》发布后二级市场上可交易的票量确有减少，但目前50%的演出票会通过优惠、打折、团购等各种形式在二级市场被交易。

“摩天轮票务不参与定价。”刘敦表示，目前平台上90%的演出票是打折的，只有供小于求时为溢价票。“折扣票更容易获客，平台是和行业共同抵制天价票的。平台上超热门演出的票满足了部分用户的刚需，又避免了用户线下交易遭遇诈骗的风险。”

他介绍，摩天轮作为平台通过各种措施，帮助保护消费者权益，比如无票赔付、假一赔三等。此外摩天轮按照监管要求，要求平台上经营的票务公司需具备两证（《营业性演出许可证》《工商营业执照》），帮助消费者甄别有资质的商家。

虽然对于票务问题多措并举，但记者发现，黄牛依然存在，只不过换下了“直接售票”的外衣。当前他们的主要经营方式分为三种：代抢票、录入信息、邀请函。高木（化名）就曾通过录入信息的方式找黄牛成功购票入场。由于没抢到票，在演出开始的两个月前，她将个人信息发给黄牛购票。开演两周以前，如果想退票，无需扣除手续费。演出前一周，在未通过平台购票的情况下，某平台的票夹页面出现了她的演出票。记者就此采访多位业内人士，得到的回复均为“问题很复杂，不方便回答”。

“各种负面信息出现，根本上还是利益问题。”王欣明说。

新的一年：远离喧嚣，回归理性

2023年的音乐演出，有吵闹，更有欢笑；有争端，更有感动。争议的背后，是大众对于音乐演出更高的期待，对演出市场向着更良性方向发展的追求。新的一年，我们需要怎样的演唱会，似乎在讨论中逐渐显现。

徐楠秸观察到，2023年一二线城市的音乐市场已渐趋饱和，演出开始向三四线城市下沉，“但现在只有少数艺人能在三四线城市成功举办演唱会”。在王欣明看来，目前在三四线城市举办的音乐节很多，但演唱会并不普遍。刘敦认为，线下演出不仅能直接产生收益，还能拉动跨区旅游、餐饮、住宿、交通等消费增长，因此容易得到当地相关部门的支持。

在演出内容上，徐楠秸认为2023年音乐演出的形式更加多元化，创造出了许多新“玩法”。王欣明介绍，根据汪苏泷的强综艺特质，他的演唱会设置了较多的互动环节，例如加入游戏“你划我猜”等；而黄义达除了唱歌外，还会和大家聊天，分享心路历程。“歌手特质不同，演出表现出来的东西也不一样。”王欣明说。

“演唱会是歌手的必修课。”王欣明说，这有助于提升艺人的热度，增加收入，是艺人商业价值的衡量标准之一。徐楠秸补充，个人巡演为艺人提供展示才华和魅力的平台，“艺人、经纪公司和演出公司对于演出要更理智一些，期待市场向更健康的方向发展”。

王欣明希望，未来音乐市场能有更多好的内容，有更多优秀的年轻人出现。

“今年演唱会爆发式增长，所以看起来问题在集中爆发。极少数的超热门演出占据了多半的舆情热度，良莠不齐的舆论环境不利于行业的长远发展。”刘敦表示，当前市场已经解决了一些问题，随着演出市场的逐步规范化，其他问题也将被一一解决。

刘敦预估2024年的演唱会市场将会回归理性，他希望行业上下游能以平常心对待潮起潮落，保持勤勉。

人 物

庄文强：做新面貌的香港电影

中青报·中青网记者 蒋肖斌

《金手指》剧照，演员刘德华（左）与梁朝伟（右）。 片方供图

庄文强

“20世纪七八十年代，一个沦落人，来到一个‘冒险家的乐园’——它的名字叫香港，从什么都没有到建立一个‘王国’——又在瞬间崩塌。”导演兼编剧庄文强这样概括《金手指》的故事。

不熟悉庄文强的名字？没有关系，他的编剧作品单上有《无间道》系列、《头文字D》等，导演兼编剧的则有《窃听风云》系列、《无双》等，再早一些的，还有《东京攻略》《阳光警察》……总有一部在70后到00后观众的片单上。

20年过去了，《金手指》让梁朝伟与刘德华从《无间道》的天台，再次站到了彼此的对立面。该片聚焦一起轰动全球的真实案件，落魄青年程一言（梁朝伟 饰）不择手段进行不法钱权交易，终成百亿富豪；高级调查主任刘启源（刘德华 饰）锲而不舍跨境追查长达15年，最终揭露真相。

电影只有125分钟，但这样的故事，庄文强从小到大见过很多，“直到今天还在发生”。他觉得这个故事最值得思考的一点，并不是从100元到100亿元的过程，而是“那么多年，舞台不一样，登场的人不一样，为什么还是有不少人掉进这个金钱诱惑的圈套”。

“大家常会说是因为贪婪，那有没有想过贪婪的背后是什么？其实是恐惧。赚两万元一个月，会担心不够花；赚20万元一个月，会害怕买不起第二套豪宅；200万元就不怕了吗？不会，会怕贬值。”庄文强说。

面对这种恐惧，有人如程一言选择让数字不断膨胀，而庄文强的选择是“保持平淡一点的生活”。他笑称自己也还算能挣钱，但从来不让自己习惯过奢侈的生活，“家务都是自己做，我煮菜也煮得蛮好”。

警匪片是香港电影的经典类型，庄文强更愿意称其为犯罪片，“任何类型只是一个容器，你必须要把你想表达的东西放进里面，观众才会有共鸣”。

《金手指》的结尾，有些让人意难平，追踪十几年，损失数百亿，最终判了程一言3年，还有人逍遥法外。“不公平，我想让观众警惕这种不公平，如果放进去的东西不痛不痒，还有什么共鸣？”庄文强说。

在庄文强看来，在香港电影的犯罪片中，扫毒、卧底、兄弟反目等主题，是一代观众的集体记忆。庄文强在《金手指》中戏剧化地表达了这一现象：关于程一言的“第一桶金”，片中如舞台剧般呈现了“飞机大炮”等各种“经典”元素。

“但现在的罪犯都不拿枪了啊！金融诈骗的效果，比原子弹还厉害。”庄文强说，“电影不是复制现实，需要有戏剧性。导演编剧是一个创意行业，戏剧性必须有所改变，不能千篇一律。”

在《金手指》中，观众能看到舞台剧，或者说歌舞剧的表达方式，夸张、绚烂，乃至疯狂。形式为内容服务，在庄文强的理解中，程一言卖给大众的其实是“希望”，而缥缈的“希望”十分适用戏剧感的舞台造型。“我们请了老师来教群众演员跳舞。比如在《金手指》中的股票交易所，什么时候一起扭头，一起迈左脚，用的都是舞台的走位方式……”

几十年的从业生涯，庄文强不喜欢重复。在此前的《无双》中，他尝试做过推理，结果“2006年写好的剧本，2016年才有人投拍”；相比之下，《金手指》的剧本在2014年左右完成，在2023年岁末上映，已属迅速。

庄文强坦言，在电影行业中，像他这样先完成剧本的模式会比较“吃亏”，大部分人是一边写，一边找演员、找投资，还能边找边改。为什么还这么干？庄文强稍微有一些“凡尔赛”，“因为对我来说，写剧本是一个爱好”。

“如果一个项目有了投资，老板说必须要改剧本，我就从创作者变成了服务者。老板说市场要什么，我就得把什么写进去。当然我之前也常做这个事，因为那时候一个剧本也卖不出去。”年轻时的庄文强，和大多数今天的年轻人一样，初出茅庐，啥都能干。在香港浸会大学念书时，他就开始参与电影拍摄工作，毕业后当过摄影助理，在片场打过灯……“但坚持是有回报的，那个回报叫作《无间道》。”庄文强说。

庄文强在采访中不断提到一个关键词“调研”。他把调研分为两个阶段：第一阶段是“培育期”，不断地听不同人讲不同的故事，广泛地收集信息；第二阶段则是有目的的调研，确定了要拍一部电影，围绕此去学习。他感叹：“现在互联网太方便了，以前我做助理编剧的时候，要去图书馆查资料，还要手抄。”

为了拍《金手指》，金融界人士、律师，以及当年案件的亲历者，都成了庄文强的调研对象。片中有20世纪七八十年代的股市交易场景，手写价格的场面十分激烈。为了拍这段，庄文强特地请了专业人士，教100多名群众演员当时如何买卖股票。

“工匠精神”是有回报的。拍的时候，有人突然喊：“导演，这个价格买不到啊！”影片完成后，庄文强先请了两拨金融界人士来看。

“年轻观众对过去的香港电影已经没有‘情怀’，毕竟他们没有经历过曾经的那段高峰期。所以我们做电影的方向，不能是利用所谓‘情怀’，而是要做出新面貌的香港电影。”庄文强说，“新面貌，就是要追得上世界的标准。”

扫一扫 看视频

继续做好地方文献丛书的编纂

□ 王 维

党的十八大以来，党中央在领导党和人民推进治国理政的实践中，把文化建设摆在全局工作的重要位置。2022年4月11日，中共中央办公厅、国务院办公厅印发了《关于推进新时代古籍工作的意见》，擘画了新时代古籍整理工作总纲领。我国编纂地方丛书有优良的传统，清代以来，风气尤盛。《中国丛书综录》著录郡邑类丛书75种。新时代古籍整理的背景下，地方文献丛书编纂蔚然成风。

从省级行政区来看，除了极个别地区，几乎都在热火朝天地编修地方丛书，如《湖湘文库》《山东文献集成》《江苏文脉》《巴蜀全书》《浙学未刊稿丛编》《山西文华》《中州文献集成》《天津文献集成》《八闽文库》《云南丛书》《广西历代文献集成》《朔方文库》等。地市级丛书数量更为可观，据不完全统计，已经启动地方丛书编纂的地市数量已经过百，远远超出明清两代之和，如中东部地区的《金华丛书》《衢州文献集成》《宁海丛书》《绍兴丛书》《台州文献丛书》《无锡文库》《泰州文库》《镇江文库》《常熟文库》《广州大典》《全椒古代典籍丛书》《遵义丛书》等。众多地方文献丛书的编纂，体现出地方各级政府对地方文化建设的高度重视。观察近年来的一些项目，不难看出其特点。

首先，项目一般由地方政府宣传部门、政协、文史委、方志办等出资，为项目的落实提供资金保障。在经济和文化相对发达的地区，地方政府对区域文献的整理一般起步较早，所以整体上东部地区地方丛书的出版密度高、层级多，往往是自上而下推进。与之相对应的是，经济欠发达地区财政收入有限，能否立项往往取决于编纂者与当地政府的沟通协调能力。这样的地区往往是自下而上推动，由热衷于地方文化建设的当地专家组织发起，向政府部门申请资金，争取立项。

其次，地方相关文化教育和科研机构是编纂的主体力量，为项目提供着学术支撑。比较成功的省级项目《山东文献集成》，即是在山东省政府支持下，由山东大学杜泽逊教授等具体负责编纂，选录了大批重要的山东籍学者的稿抄本，从学术质量到印刷水平都赢得了学界的赞誉。这是因为当地高校的学者有着多年对本地文化典籍的潜心研究，路子熟，上手快，能够切实保证将项目落到实处。又如《江苏文脉》由南京大学程章灿教授团队主要负责，《金华丛书》《宁海丛书》《衢州文献集成》主要由浙江师范大学黄灵庚、李圣华等教授主持编选，等等。

第三，大而全是首要目标，深挖细耕是更高追求。例如《衢州文献集成》，即是其中比较成功的模式，通过编纂目录、汇编重要稀见文献、点校核心作家作品、深入研究江南文化几个维度，全与精协调发展，快与慢搭配前进，不但能在短期出较大成果，而且形成了当地地方文献编纂、整理和研究的常态机制。

地方丛书编纂是国家古籍整理事业的重要组成，是打造地方文化名片、凝心聚力的有效手段，是当代从政者、文化人的使命担当，意义重大。首先，编纂《丛书》是新时代国家古籍整理规划的重要内容，是国家古籍整理工作的重要组成部分。《关于推进新时代古籍工作的意见》的发布，全国古籍整理出版规划领导小组《2021—2035年国家古籍工作规划》的编制，都对地方古籍整理提出了新的更高的具体要求。编纂地方丛书，正是顺应时代风气之举，是担当文化使命的表现。

其次，编纂地方文献丛书是打造地方文化名片、占领文化高地的有效手段。文化是城市的灵魂。要深入贯彻落实习近平总书记重要讲话精神，必须把文化建设放在全局工作的突出位置，以高度文化自觉推动地方文化建设。睹乔木而思故家，考文献而爱旧邦。通过编纂地方丛书，既可以形成一批熔铸古今的“文化成果”，又可以激发地方各界人士的乡邦情感，将蕴含在古籍中的优秀地方传统文化保护好、挖掘好、传承好，揭示文明发展脉络，阐释其文化价值和时代意义，为地方文化建设提供强有力的文献支持和智慧服务。

第三，编纂地方文献丛书，是落实好建设文化强国的文化担当。必须坚定文化自信，才能实现自强。中华文明历经数千年而绵延不绝、迭遭忧患而经久不衰，这是人类文明的奇迹，也是我们自信的底气。同样，各地富有特色的区域文化，也是该地区文明自信的底气。必须按照“两个结合”的根本要求，勇担时代文化传承创新重任，继续做好地方文献丛书编纂，以守正创新的正气和锐气，赓续历史文脉、谱写当代华章。

（作者系湖北省荆州市政协委员）

文化批评

> 全民阅读这件事，离不开读书的人，也离不开出书的人。

东方甄选“1元卖书”几家欢喜几家愁

□ 杨鑫宇

最近，东方甄选似乎成了“热搜体质”。以董宇辉、孙东旭为主角的“小作文事件”余波未平，一场“1元卖书”促销活动，又将这家公司送上了舆论的风口浪尖。这场涉及5000本图书的特卖，原本只是东方甄选新年促销活动的一环，但是，出版界对这种销售模式的剧烈反应，却让此事的意义不再简单。

有出版人发文称，此举让自己几十年对俞敏洪的敬意一夜归零。《中国出版传媒商报》以“东方甄选竟然1元卖书！出版还能干吗？”为题报道此事后，新闻下方获赞最多的评论写道：“谷贱伤农，书贱伤作者、译者、编者、编辑、营销、封设、校对、印刷、发行、书店员……”

消费者得利，自然就得有人让利，出版行业因此感到“肉疼”，在所难免。追根究底，与其说是东方甄选的“1元促销”引发了这场争议，不如说这是文化消费市场必然要面对的一道难题。

东方甄选的这场活动，本质无非是一场低价促销。我们与其死盯着一家公司、一场活动，不如将视角拉远，分析一下图书定价现状对文化事业的影响。也只有努力找到读者、作者、出版行业多方利益的平衡点，实现社会价值的最优配置，才是真正的破局之道。

近年来，中国的图书市场呈现出一种矛盾的趋势：一方面，图书的官方定价持续攀升，令许多读者感到负担过重，直呼“买不起”；另一方面，电商平台频繁推出的折扣活动，使得大多数人实际上是以低于标价的价格购书，甚至不难捡到五折以下的“大便宜”。

就大环境而言，出版行业的盈利空间近年来并没有明显扩大，许多企业都在挣扎求生。书籍定价的不断上涨，反映出的其实是出版成本的增加。但是，消费者并没有“体谅”商家的道德义务，尤其是对那些经济基础相对弱的读者而言，寻求更低的折扣是很自然的。

显然，倘若一本书以原价就能大卖特卖，任何经销商都没有主动降价的理由。电商平台之敢于打“价格牌”，既是因为他们经过评估，判定降价后依然可以保障出版方与零售端都有盈利，也是因为只有这样才能“薄利多销”。

面对这一现状，出版从业者感到无奈、委屈，都可以理解。但是，图书消费市场的承受能力与认知基础就摆在这里，单凭情绪无法改变现实。长远而论，在纸质书面临互联网浪潮冲击的时代背景下，只有在稳住读者大盘的基础上，逐渐营造出全民阅读的习惯与氛围，才能使图书出版行业进入良性循环，进而助推公共文化事业发展。而要实现这一目标，暂时以低价打开局面，其实未必会“谷贱伤农”，反而有利于扩大读者基数。

诸如“1元购书”这类极端折扣活动，也并非市场常态。就像有业内人士分析的，电商平台对特定书籍“赔本卖”，其实是一种获客手段，一旦客人被吸引到直播间里，那些能够盈利的非折扣品就能卖得更好，反过来填平损益区间。这些活动看似削弱了图书的价值，却有助于一些冷门书籍的曝光和传播。在一定程度上，这还可以鼓励那些对价格敏感的消费者参与到阅读中来。

不过，我们也应看到，在中国，从作者、译者、编者到印刷、发行、销售，图书出版行业的整个链条，都难以说得上是多赚钱的买卖。对于图书出版这样的事业，我们的社会文化倾向于将其认定为一种“准公益事业”，而不乐见其收获太多商业利益。基于此，纵然国内书价连年上涨，其价格基线依然远低于发达国家的平均水平。

一方面，这种价格设置更加贴合国内消费者的经济能力，使得更多人能够享受到阅读的乐趣，构建一个更为包容和多元的文化生态。但另一方面，发达国家较高的图书价格，也在一定程度上保证了作者和出版社的利益，鼓励了高质量文化产品的创作和生产。

2022年的全国两会上，新闻出版领域的全国政协委员潘凯雄、谭跃、赵东亮提交了《关于加速推动图书价格立法的再提案》，主张对图书“价格战”做出限制，这在一定程度上反映了出版界对图书价格现状的担忧，以及业内人士想要推动的政策方向。

在图书定价问题上，各方的利益诉求看似不同，但本质上都希望图书行业繁荣发展。既然大家的根本目标是一致的，就必然有互利共赢的实践空间。在推动图书定价走向更加合理区间的过程中，读者的需求和出版行业的声音都应得到倾听。毕竟，全民阅读这件事，离不开读书的人，也离不开出书的人。