

“黄牛”出没、天价炒票、成本上涨……

买演唱会门票为何又贵又难？

定价升高

头部歌手演唱会
最高票价超过两千元

总体而言，今年大型演唱会市场的整体票价较往年有所上升。最直观的表现是门票定价上涨。张学友和周杰伦演唱会无疑是票价的第一梯队，两者的最高票价均突破2000元大关；张学友演唱会最高票价达到2280元，周杰伦演唱会则为2000元；最低票价的定价也高于市场平均水平：前者为480元，后者为500元。除了这两位“路人盘”坚固的头部艺人，粉丝忠诚度极高的TFBOYS也不容小觑：TFBOYS十周年西安演唱会门票的票价范围为580元至2013元，最低定价与最高定价均高于周杰伦演唱会。

而在第一梯队之外，不少知名歌手的演唱会最高票价都在1500元以上。其中，林俊杰广州演唱会最高票价为1820元，薛之谦内地巡演最高票价为1717元，林宥嘉、李荣浩、张信哲等人的最高票价均为1580元。

不仅定价普遍上涨，各档票价的分布也悄然发生变化：最低价位、中间价位门票数量变少，高价票数量则相应增加。比如张学友广州演唱会，其门票档次分别为480元、980元、1580元、1980元和2280元（看台和内场），但根据网传的座位图，480元仅为环绕场馆的一条蓝边，数量比第二档票价的980元少很多。此外，不少演唱会的内场区只设最高档位的票价，次一档的票也要坐到看台区，无形中升高了票价。

成本上涨

消费者观演成本
被迫提高

演唱会门票定价为何越来越贵？成本上涨是业内的普遍共识。北京华乐非凡文化传播有限公司总经理张熠明曾在公开采访中表示，演唱会门票较疫情前有10%至20%的涨幅是合理的，因为演唱会的运营成本——从机票酒店费用、场地租金到演出制作费均在上涨。

事实上，随着演唱会市场越来越蓬勃，演唱会的制作也越来越“卷”：观众不仅要“听”，还要“看”，对演唱会的舞美设计、视觉效果都有了更高的要求，这些因素都造成演唱会制作成本的上升。今年的大型演唱会不仅拼歌手人气、拼歌单，也拼制作。比如上周末的蔡依林“Ugly Beauty”演唱会，她为这场演唱会设置了完整的故事概念，搭配专门设计的视频、舞台设计、灯光特效、场面布景、舞者造型和八套华丽的服装；而五月天的深圳演唱会则把一艘会移动的“大船”搬进体育场，进行了少有的绕场演唱。

此外，“乐队热”带动一批头部乐队从Livehouse小型演出走向体育馆级别的大型演唱会，这也导致观众看演出的成本增加。演唱会在场地租金、硬件投入等方面均比小型演出高出不少量级，票价自然水涨船高。比如人气颇高的告五人乐队，其2022年的Livehouse巡演定价为380元，而在今年，告五人巡回演唱会已公布上海、武汉、深圳、长沙场，后三场的票价范围为380元至980元，在演唱会市场更繁荣的上海，其最高票价更是达到1280元，与不少一线歌手持平。

张学友演唱会门票最高票价超过2000元仍“秒光”、TFBOYS西安演唱会炒出4万元天价、周杰伦天津演唱会连座票喊出10万元天价……今年来，演唱会票价贵、难抢票，屡屡成为网络上的热议话题。为什么演唱会门票越来越贵？为什么现在的演唱会门票如此难买？记者采访业内人士，揭开演唱会一票难求的秘密。



◀ 周杰伦天津演唱会两张购买价格2000元的连座演唱会门票，被“黄牛”喊出10万元天价。

▶ 张学友广州演唱会头三场开票即售罄。



▲ 五月天北京鸟巢演唱会现场。

供需失衡

市场“报复性复苏”催生抢票难

演唱会那么贵，为何仍然一票难求？供不应求为主要影响因素。观众积压了数年的观演需求在今年爆发，大型演唱会市场“报复性复苏”。根据7月6日公布的中国演出行业协会2023年上半年全国演出市场简报，全国营业性演出无论是场次还是票房收入都有了爆发性的增长：大型演唱会、户外音乐节演出共506场，其中二季度演出428场，较第一季度环比增长448.72%；演出票房收入22.31亿元，较第一季度环比增长738.6%。

演唱会市场整体火热，一些热门演唱会更是供求比例严重失衡。张学友广州演唱会的举办场地——广州宝能观致

文化中心可容纳人数约为1.8万人，以目前公布的7场来算，此次张学友演唱会预计观演人次为12.6万人次。但仅在大麦APP上，该演唱会的标记想看人数已经超过99万人。更为夸张的是只有一场的TFBOYS十周年演唱会：根据公开信息，其举办场地——西安奥林匹克体育中心体育场的可容纳6万人，但在开票前，该演唱会在大麦APP上的想看人数已经超过300万人。供不应求之下，“黄牛”便有了生存空间。有媒体报道，TFBOYS十周年演唱会还没开票，黄牛手中的内场第一排、原价2013元的门票报价已达到4万元，而且需要提前支付1万元作为定金。

需求逐渐释放

“黄牛”或将不再稳赚不赔

繁荣之下也不乏泡沫。如今，“抢不到票”似乎成为常态：买门票要拼手速，大量演唱会一开票就售罄。点开大麦、猫眼等官方售票渠道，能正常买到票的演唱会寥寥可数。但另一方面，只需搜索一下闲鱼等网络平台，总能找到大量转票、代拍门票的信息。此外，现在陆续出现“黄牛”大型演唱会开票前打折出售门票的情况，有不少网友反馈，刘若英广州演唱会门票在开票前遭遇“黄牛”打折出售，折扣低至三折。

为什么会出这种奇观？一方面，演出公开售票的门票数量始终是个谜：虽然在文化和旅游部办公厅印发的《关于进一步加强演出市场管理规范演出市场秩序的通知》中明确规定，面向市场公开发售的营业性演出门票数量不得低于核准观众数量的70%，但目前并无硬性规定必须公开发售门票的数量，因此每一场演出到底开出多少票，其中又有多少是公开发售的，消费者并不知情；另一方面，除了公开发售外，主办方还会留出给赞助商、行政部门、各协办单位等机构的公关票，公开发售前也会有内购环节，这些票都有可能成为“黄牛”的票源。

主办方对“黄牛”的态度也是又爱又恨。有业内人士对记者透露，“黄牛”其实也是主办方的风险共同承担者：“把一些门票分销给不同的票务，对主办方而言更加省事，一方面是不用自己操心卖票的琐碎事；另一方面是无论这些票卖不卖得出去，主办方都不会亏本。”

而进入下半年后，观众的观演需求已经得到一定的释放，加上许多艺人的巡回演唱会场次陆续增加，供不应求的现象预计将有所缓解，这也意味着，“黄牛”不再是稳赚不赔的买卖。消费者看到被炒得高高的票价也要明白，千万别花大价钱被宰。

高票价之下

应有更完善的退票机制

在抢票难、“黄牛”报价虚高之外，近期观众同样遭遇退票难的问题。为了打击“黄牛”，张学友、五月天、TFBOYS等头部艺人演唱会均开始尝试“强实名制”。“强实名制”指人、票、证合一，购票者需要凭借实名门票、购票身份证以及人脸识别才能进场，这种做法虽然可以防止“黄牛”倒票，但也给普通消费者带来一定的不便。大部分场次会提供转让和退票的通道，但条件非常苛刻。以张学友演唱会为例，其武汉站演唱会仅允许一次转让，广州站不允许转让；退票规则方面，广州站在购票后24小时内可以无条件办理退票，24小时后至演出前15天，退票将收取20%手续费，演出前15天之内停止一切理由退票。有网友认为，不少人会遇到开票前几天才临时有事去不了的情况，提前15天就停止一切退票并不合理。

在演出市场蓬勃发展、票价水涨船高的同时，观众的观演体验也理应得到提升。此前，江苏省消保委就对“强实名制”购票进行了建议，称文体演出行业可以参考铁路售票机制，完善购票、退票等流程，完善售后服务机制，建立完善的“候补”“退票”流程，避免“黄牛”票在二级市场泛滥。如何建立更健康的票务机制，还需要市场和政府部门共同探索。 据金羊网