



# 连续两天近3万名歌迷从全国各地涌入郑州 “演唱会+文旅”火了

这个春夏，郑州将陆续迎来多场重量级的演唱会，李健、周笔畅、李宇春、赵雷等带来的热度尚未完全消退，马思唯、苏有朋、苏打绿等人的演唱会已官宣定档郑州。“追一场演唱会，游一座城”，歌手与粉丝的双向奔赴“点燃”郑州这座城市的活力。

## 追一场演唱会，游一座城

河北沧州歌迷车身悬挂“你怎么知道我要到郑州看赵雷演唱会”的横幅，相关视频获得近20万的点赞；00后广西女孩李文因一首《起风了》入坑苏打绿，准备因爱奔赴郑州……“追一场演唱会，游一座城”为当下热门的旅行方式。

演出市场的回春升温，伴随而来的除了可观的门票收入，还让一座城市文旅消费在短时间内实现快速提升，形成“演唱会+旅游”的文旅消费新模式。

## 城市“引客”更要“留客”

据郑州奥体中心官方信息显示，2024年1月20日、21日张惠妹2024世界巡回演唱会连续两天近3万名歌迷，近71%的观演群众来自北京、陕西、湖北等省市，热情的粉丝从四面八方涌入郑州，点燃文旅消费热情，带动周边餐饮、住宿、零售，拉动交通和旅游经济。

业内人士认为，线下演出具有较大的流动性与不确定性，演唱会带来的经济消费具有短暂性，郑州既要“引客”，更要“留客”。打铁还需自身硬，城市的配套服务还需要不断完善和提升，郑州市要做好旅游产品，旅游景点如何搭配实现最高性价比游玩。

大批人流量涌入，郑州如何借势？河南财政金融学院财政税务学院张迪博士认为，尽管演唱会经济对城市的发

## 追星新姿势：演唱会门口摆摊

“抢不到票，就去演唱会门口摆摊。”放眼演唱会门口，一些歌迷解锁“追星”新姿势。赵雷演唱会郑州场当天，记者在奥体中心入口处看到，摊位至少有30个，摆摊的产品不仅仅有粉丝的刚需，例如充电宝、小吃、饮料矿泉水等，还有满足粉丝追求仪式感的服务，包括应援编发、应援美甲、画应援彩绘的“形象管理”服务；提供短租应援荧光棒、手写应援扇、帆布包等“周边收集”服务；以及提供拍立得照片的“留念记录”服务。

刘冉辰是一名大四学生，

2023年9月初，周杰伦演唱会在天津市举办，从携程旅行搜索热度来看，当地整体出行订单大涨269%，其中景区门票订单更是去年同期的17.5倍，大幅带动了当地的旅游产业发展。

业内人士表示，“演唱会+文旅”的消费模式前景看好，演出市场不仅给人们提供了娱乐和艺术享受，还拉动了本地生活相关产业的发展，如住宿、餐饮、交通等，这种多元化消费模式，让经营者、互联网平台和消费者三方都受益。

展带来了一系列的积极影响和机遇，但也需要注意其短期性和局限性，应该通过完善城市基础设施，持续提升城市的文化品位和吸引力，以长期稳健的方式促进城市文旅经济的发展。

张迪建议，打造综合性文旅活动，将演唱会与文化、旅游、美食等元素相结合，丰富活动内容，吸引更多的观众参与，促进消费市场的多元化发展。留住流量，还需依靠河南本土丰富的文化旅游资源，打造特色文旅产品，设计定制化的文旅产品和服务，结合演唱会活动推出限量版纪念品、旅游套餐等。同时提升服务品质 and 水平，加强品牌建设和形象塑造，打造具有知名度和影响力的演唱会和文旅品牌，树立良好的形象和口碑，推动市场消费的持续增长。

去年6月，张杰演唱会郑州场一票难求，没有门票的小刘和室友计划着去场外看看。“既然都在场外了，为什么不试试摆摊呢？”两人一合计就这么决定了。

“不少艺人有自己的‘应援色’，我们当时提前一周买好了相应的荧光棒、贴纸、发卡等，最后一算账，发现小赚几百块。”小刘说。

张迪博士认为，演唱会门口摆摊经济火热，不仅是对音乐活动的补充体验，也为整个演出现场增添了一份独特的氛围和活力。

记者 刘盼盼 田莎

# 斗茶赛、非遗市集、茶叶文化展 郑州茶市“春”意浓

六大茶类、50余款信阳毛尖、百余款珍稀茶样……4月20日，一场“中原茶界年度大戏”——斗茶赛火热进行。一时间茶香弥漫，客商穿梭其间闻香选茶，现场斗茶赛、非遗市集、茶叶文化展、社区行、亲子DIY等活动吸睛无数。

清明见芽，谷雨见茶。中原茶文化源远流长，郑州作为中国八大古都之一，同时也是全国重要茶叶南茶北销集散地和中转站。记者走访郑州多个茶城，春茶迎来销售旺季，春茶交易市场一派火热景象，供需两旺，势头较好。



品鉴春茶活动

## 春茶旺销 线上线下都很火爆

走进郑州国香茶市，放眼望去，各类品牌茶企琳琅满目。红茶、绿茶、白茶、黑茶……此茶市中，各大知名茶系产品在此“一站式”销售。

“相比3000多元一斤的明前茶，雨前茶价格降了三四成。有个高新区的老客户，半个月前来店里订购了一斤这款399元的雨前茶，今天又打电话来要了两斤。这不，刚刚让UU跑腿给送去了。”茶市中一家茶铺的老板

李先生表示，整体上看，郑州春茶市场价格基本与往年持平，自3月下旬进入销售高峰期以来，各大茶市纷纷有序进入春茶产销旺季。

采访期间，李先生的手机响个不停，他介绍：“在客户启发下今年过年期间建了一个群，几天500人就满了，又建一个，现在我都是三个大群的群主了。”李先生说，他在群里还会开课讲茶、秒杀、微拍等，宣传形式多样，忙得不亦乐乎。

## 40岁+人群是茶叶消费中坚力量

在采访中，记者发现，从消费趋势看，相较于传统消费者，30至40岁的人群对春茶的需求消费习惯也更为现代化和便捷化。但他们更倾向于高频多次购买，便捷的包装形式是他们的购买偏好，因为他们消费的目的不是自饮，而是作为馈赠佳品。

40岁以上的消费者依然是茶叶消费中坚力量，银发群体的需求也需要得到重视。“我买茶除了自饮、互赠，再有就是收藏。”56岁的张大

谷是一位资深茶人，在他看来，对于茶的需求不只是味道，更是一种精神文化层面的享受。

据了解，传统消费群体中大部分都是从年轻时就开始了喝茶，对茶叶的品质、口感和功效有着深入的了解和独特的偏好。随着年龄的增长，他们的身体机能逐渐下降，对健康的关注度也日益提高，因此更加倾向于选择具有保健功效的茶叶，如绿茶、红茶、乌龙茶等。

## 冲泡春茶水温宜在80℃~85℃

茶道爱好者高先生提醒，刚炒制好的新茶最好不要马上喝，新茶一般经过高温杀青、烘干等工序，带有“火”味，如果马上冲泡，喝过后嗓子会感觉发干，容易上火。而且春茶最好存放半个月后或者冰镇72小时

后再饮用，或者冲泡时适量清淡些，不能喝太浓、太多。冲泡春茶时水温一定控制好，一般来说，80℃~85℃足够了，沸腾的水进去直接把嫩芽烫熟了，风味必然大打折扣。

记者 李娜 陶然 文/图