

从狂欢变乱象？五月天，别给刚回暖的演艺市场泼冷水

随着“五月天假唱风波”的持续发酵，到目前已经发展出了堪比《甄嬛传》的剧情。目前风波未定，真相如何还不得而知，但并不妨碍网友们讨论欲望极强。

“五月天假唱风波”堪比《甄嬛传》剧情

从上周末开始发酵的“五月天假唱风波”，到目前已经发展出了堪比《甄嬛传》“滴血验亲”般的剧情：

先是“祺贵人告发”：B站UP主@麦田农夫发布五月天演唱会真假鉴定视频，鉴定的12首歌中有5首为假唱。

后有“以证清白”：热搜被相关话题占满。12月3日深夜，“五月天”经纪公司相信音乐曾发文，并未直接回应网络质疑，而是宣布与被鉴定唱假的上海、伦敦场相同主题、将于当地时间12月7日20时举办的《好好好想见到你》演唱会巴黎场，届时会全程直播。疑似以证清白。

4日晚间，又上演了“熹贵妃喊冤”：五月天经纪公司发声明：不存在任何“假唱”，正配合执法部门调查。声明称，五月天在巡回演出中不存在任何假唱行为，网络上关于“五月天假唱”的言论均为恶意攻击、造谣中伤，严重损害我司艺人形象。我司正积极配合相关执法部门开展调查工作，我司相信相关部门会给我们一个公正的结果以正视听。

目前风波未定，真相如何还不得而知，不过，根据《营业性演出管理条例》第四十七条的规定，以假唱欺骗观众的行为，需承担民事责任以及行政责任。观众有权在退场后依照有关消费者权益保护的法律规定要求演出举办单位赔偿损失；演出举办单位可以依法向负有责任的文艺表演团体、演员追偿。由县级人民政府

文化主管部门处5万元以上10万元以下的罚款。

据新华社报道，12月4日，记者从上海市文旅局执法总队了解到，他们已关注“五月天演唱会被质疑假唱”舆情。上海市文旅局执法总队对此次涉嫌“假唱”舆情高度重视，已按照《营业性演出管理条例》要求主办方配合调查，待有关情况依法核实后，将及时回应网友关切。

据央视4日报道，“五月天”上海演唱会的原始视频、音频，目前已提交上海市文化和旅游执法总队，将对提供的音视频内容进行科学的测评分析，并公布调查结果。

五月天演唱会背后的大股东公开信息显示，截至目前，五月天已在北京、杭州、武汉、上海等城市共演出39场，演出排期密集，经常一城连唱四天。2023年11月，五月天在上海共举办了8场演唱会。

按上海体育场7.2万座位数计算，单在上海一地，五月天就吸金超6亿。

据财联社报道，至于背后最大的“吸金者”，明白音乐娱乐创始人王毅曾对媒体分享：“通常来讲，大型经纪公司或市场影响力强势的艺人，会直接成为大型演唱会的操盘人，从票务、制作等方面直接参与到演唱会的主办事项中。而艺人所属经纪公司本身具备策划演出的资质，有组织演出的经验，也会担纲艺人演唱会主办。这样能够更整体化的去把控项目的推进，增强大型演唱会的可控性。此外，艺人团队也会把巡演中某些城市的演出，以承办的形式，让当地或业内资深的演出公司参与进来，共同推进”。

公开信息显示，五月天演唱会主办方、制作方、经纪公司、票

务平台编织成了一张全面的利益网。

具体而言，五月天巡回演唱会的全程主办方为上海华人文化演艺有限公司。天眼查股权穿透图显示，上海华人文化演艺有限公司背后股东有上市公司华谊家族，以及谢芝芬，同时对华乐非凡文化传播有限公司持股。

其中，华乐非凡在此前5月9日五月天演唱会开票之际，曾被质疑与黄牛勾结，随后进行否认。而谢芝芬为五月天经纪公司相信音乐背后股东。

上海华人文化演艺有限公司还100%持股了五月天演唱会票务平台之一的“纷玩岛App”所关联的上海名辉文化发展有限公司。

而演唱会制作方“必应创造”，为五月天所属的唱片公司相信音乐国际股份有限公司旗下品牌。

热潮袭来，同样点燃五月天演唱会周边。其中，官方单只荧光棒2.0售价140元，荧光棒+保护套组合优惠价190元。据悉，该荧光棒的灯色在演唱会中会跟随中央控制面板转换成不同颜色，因此受到不少乐迷的青睐。据相信音乐，这一荧光棒在线上线下多个渠道售卖。

据财联社报道，五月天北京演唱会荧光棒销售就达5万根，总额突破700万元。

此外，相信音乐淘宝官方旗舰店显示，该店在售29款五月天的周边产品，最便宜的一款为“五月天 FLYTO2021 演唱会周边充气坐垫”，售价55元，最贵的周边为“五月天 2023 诺亚方舟演唱会 NOW&HERE 同乐限定版礼盒”，售价635元，已售超过100单，为店内销量最高的单品。

“假唱风波”：别给回暖的演艺市场泼冷水

今年以来，演出市场持续火爆，明星演唱会扎堆，但火热之下，实则一直存在失范之处。在此番假唱疑云之前，已经暴露出不少现实痛点。

比如，黄牛猖獗，炒作之下门票秒空，价格翻番；货不对板，一些主办方售卖“柱子票”“墙根票”，观众全程“只闻声不见人”；退票困难，平台方要么不同意退票，要么严格限制退票时间，并扣除20%—40%不等的高额手续费……如是种种，既是对观众一腔热忱的辜负，也无异于给好不容易回暖的演出市场泼冷水。

据媒体报道，不知从何时起，今年的演唱会热潮的关键词逐渐从“狂欢”转变成了“乱象”，不少主办方被质疑“草台班子”，毫不专业。

五月天疑似假唱风波的性质或许与这些案例并不相同，但追本溯源，都是由观众作为消费者，认为自身权益受损而引发的讨论与争议。

文化消费正成为一种刚需，其实，最开始，今年演唱会热潮本是一件“三向奔赴”的好事。

观众们压抑许久的看演出欲望得以发泄，歌手们停滞许久的巡演工作得以重启，地方文旅经济也得到一定加持与提振。

3月，薛之谦在衢州连唱两场，据官方信息显示：入场歌迷达5.6万人，其中85%来自外地——直接为当地带来了1.24亿元的旅游收入，并间接拉动了6.9亿元消费。

6月29日—7月2日，周杰伦在海口连办4场演唱会，不仅歌迷嗨爆了，海口的旅游经济也嗨爆了。根据海南发布消息，周杰伦的4场海口演唱会共吸引15.46万

人次观众入场，其中省外观众9.51万人次，占观众总数的61.5%。海口全市4天共实现旅游收入9.76亿元，是端午假期旅游收入的3倍！

8月17日到8月20日，周杰伦演唱会举行期间，呼和浩特市接待游客126.17万人次，实现旅游收入28.80亿元，几乎相当于五一期间呼和浩特市一天的旅游收入。

9月周杰伦天津演唱会总计观众人数18.5万人次，其中本地观众占比38%，外地观众占比62%，累计综合消费带动超过30亿元。

8月6日，TFBOYS十年之约演唱会在西安举行。据西安发布消息，据统计，演出前后，西安出行总订单量同比增长738%，直接带动4.16亿元旅游收入。

演出经济正在成为带动经济社会恢复发展的重要引擎。中国演出行业协会7月6日发布数据显示，今年上半年，大型演唱会、音乐节演出506场，票房收入24.97亿元，观众人数550.10万人次。

“为一场演唱会奔赴一座城”，让演唱会成为一个吸引客流、撬动消费的支点。不少城市因此向演唱会抛出橄榄枝，比如湖南衡阳连续三天为薛之谦演唱会游客提供免费公交。

五月天是否存在假唱，目前还未有定论，但有业界人士认为，假唱风波也反映出演出市场在质量管理方面存在一定的不足，如何保证演出质量和观演效果，是主办方、艺人、演出承办方和票务平台等产业链者需要一起努力改进的。也有网友表示：期待能得到一个确切答案——真唱，则为五月天正名；假唱，则要相应惩处。

故乡福园

National Memorial Park

National Funeral Home

7482 Lee Hwy., Falls Church VA 22042

欲知详情请电：张真 Cassy
手机：703-937-7299



风景风水之好胜于大华府地区任何墓园。交通方便，位于495环线内。园陵享有永久免费妥善维护。