

演唱会一票难求 文化消费一定“费钱”？

2023年08月02日 06:32 来源：中国青年报



这个夏天，演唱会迎来了久违的旺季。打开票务平台，一个个熟悉或不熟悉的歌手、组合映入眼帘，后面跟着一大串即将举行演唱会的城市名。我身边的许多朋友，当他们看到曾经追星的对象将要来到自己的城市巡演，立刻现出年少时的样子，带着亢奋与热情，加入了浩浩荡荡的“抢票大军”。

成功抢到票的人，八成要在朋友圈炫耀一番，没抢到的，则不免捶胸顿足，然后换个场次再战。

虽然到目前为止，自己一张票都没抢到，但我既被那些朋友“重返青春”的喜悦所感染，也感受了文化市场扑面而来的繁荣气息。演唱会一票难求，显示出文化市场有着旺盛的消费需求，也意味着整个社会都在逐渐恢复元气与活力。

经济学原理告诉我们，当某件东西的需求极度旺盛，而供给又相对不足时，其价格往往会向上飙涨。当演唱会的生意好到一开票就能“秒光”时，票价自然也越来越贵。从表面上看，官方的定价涵盖了从低到高的各个价位，但低价票的数量并不多，因此格外难抢。这些票一旦到了“黄牛”手里，价格还翻上一番甚至达到数倍。

我的朋友大半已经“三十而立”，对他们来说，花上几百、上千块，买一张偶像的演唱会门票，换取一场美好的体验，是一件值得的事，也不会有太大的经济压力。但是，如果把视角转移到更年轻的文化市场消费主体身上，我们会看到截然不同的景象。

比如，对大学生而言，高企的票价就像一道隔墙，横亘在他们和他们想要的文化生活之间。除非特别幸运，能在官方渠道抢到最便宜的那几档票，否则，这些年轻人恐怕要专门打一份工，顺便节衣缩食一段时间，才能实现自己的“观演梦想”。此外，对大多数步入社会不久、刚刚拿到起步薪水的职场新人而言，他们的情况也不会比在校生好到哪去。

有人可能会说：演唱会本来就不是什么生活必需品，去不起就别去了呗。但是，一个理想的社会，不能仅满足于让成员生存，同时也应该积极为大众创造更

精彩、更丰富的美好生活。国民经济想要繁荣，也需要让公众能有余暇和余力在自己感兴趣的领域积极消费。

演唱会市场当然有自己的特殊性，但它同时也是整个文化消费市场的一个缩影。近年来，在各个领域，消费者都能感知到文化消费的涨价趋势。一张电影票、一期视频网站会员、一局剧本杀、一件文创藏品……各种文化消费似乎都在升级换代的同时，“趁机”变得越来越贵。从本质上看，这正是供需失衡的体现。

演唱会也好，其他的文化消费形式也罢，当然算不上“必需品”，但也不应被视作“奢侈品”。年轻的人、节俭的人、手头拮据的人，同样有权利进行文化消费，从中获得精神上的满足。各个社会阶层都需要价格合理的文娱服务，如果市场在某些价格区段无法供给充足的服务，该反思的是市场环境，而不是怕贵、嫌贵的消费者。

文化消费是个很大的概念，其中既有阳春白雪，也有下里巴人，服务对象和价格都有很大的浮动区间。市场上当然可以有昂贵的文化消费项目，但不能任由整个文化消费都被贴上“奢侈”“费钱”的标签。文化消费可以更加亲民，也应该更加亲民。这并不是要对商家搞道德绑架，逼着他们降价，而是说文化消费市场需要投入更多供给，从而在充分的市场竞争中实现供需平衡，使消费者和经营者共同获益。

单词:	jiǔwéi 久违	xúnyǎn 巡演	kàngfèn 亢奋	xuànyào 炫耀
	biāozhǎng 飙升	miǎoguāng 秒光	shùniàn 顺便	jié rán bù tóng 截然不同
	suōyǐng 缩影	gōngxū 供需	jiéjū 拮据	chèn jī 趁机

讨论：1. 如果你喜欢一位明星或偶像，你会去看他/她的演唱会吗？为什么？

2. 谈谈你对文化消费的看法。（文化消费是指用文化产品或服务来满足人们精神需求的一种消费方式，主要包括教育、文化娱乐、体育健身、旅游观光等方面。）

源新闻：<https://www.chinanews.com.cn/sh/2023/08-02/10053791.shtml>

音声 URL：<http://ttcn.co.jp/sound/text/files202308101691647016.mp3>