青岛大型演出：场均拉动直接消费超亿元

今年以来全市举办大型演出63场，观众超140万人次，从票根引流、艺人衍生品、山海文旅联动等角度实现“二次消费”

□青岛日报/观海新闻记者 米荆玉

热闹的2026演出季即将迎来两场重要演唱会：11月28日，老狼“纯真年代”演唱会将在青岛大剧院举行；同一晚，王啸坤“LOATHE & LOVE”演唱会将在青岛国信体育中心DMC举办。

此前，随着10月25日汪苏泷“明日世界”演唱会第三场谢幕，青岛市民健身中心2026年度37场演唱会圆满收官，年度吸引百万级歌迷入场，为青岛体育场馆创下新纪录，也助力青岛市民健身中心2026年第三季度跻身全国演唱会场馆十强，与上海体育场并列全国第七。

今年以来，全市举办大型演出63场，观众超140万人次，超过2024年和2025年总和，拉动直接消费约65亿元。演艺行业从业者接受采访时普遍表示：今年是从业20年来的高点。

如何成就演艺经济的“20年高点”？回顾2025年，青岛成功举办34场大型演艺活动，售票约80.8万张，实现票房收入5.9亿元，与西安、郑州、沈阳等北方城市在演艺经济规模上并驾齐驱。今年城市之间的竞争愈加激烈，数据显示，第三季度华北地区演出场次达63场，同比增长61.5%，带动北方整体票房大盘上行。青岛从身位接近的城市中脱颖而出，靠的是对大型演唱会“一场一策”的专班保障、对演艺项目“主动增量”的招引开拓、对演艺周边消费环节的精准导入等。

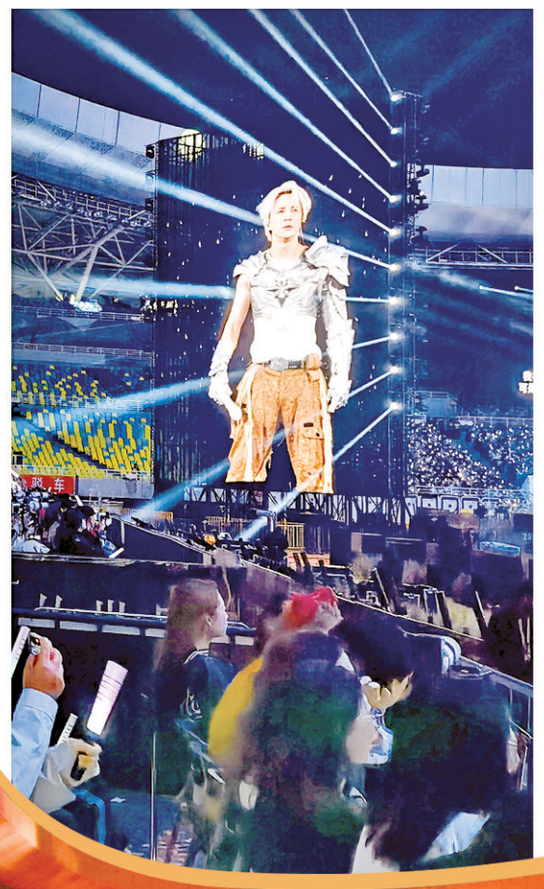
直面来自演艺经济核心城市的竞争、分流，实现演艺经济的创新式成长，青岛需要将“20年高点”变成下一个20年的起点。



■“CAISSA一声有你”演唱会吸引超4万名观众到场观演。王 雷 摄



■青岛籍艺人赵小童（右一）担任里院喜剧节重要嘉宾。王 雷 摄



■薛之谦“万兽之王”巡演青岛站6场连开，累计吸引近25万名观众。 王 雷 摄

主动增量，业态上新

一个城市为什么会被选为演唱会巡演站点？

业内人士介绍，以往演唱会项目由头部演艺公司根据巡演排期选择城市，考虑因素包括路线（舞台道具运输方便）、气候（冬避北方）、场馆合作成熟度、历史票房数据等，城市处于被动承接巡演场次的地位。然而近年来演唱会形态变化显著：顶流艺人不再铺开多城巡演，而是挑选重点城市做多场次驻演，3连场、6连场乃至12连场屡见不鲜。而城市逐渐成为主动策划方，通过硬件配套、现场服务、奖扶机制形成产业生态，主动提升城市在演出市场中的优先级，争夺头部稀缺场次、独家场次落地。

透视2026前三季度的演唱会市场可以发现，青岛承接的项目架构变了。历经3年的演唱会爆发期，青岛从以往的“路过站”变成了“必达站”，在这一轮演唱会范式升级中站稳了位置。在张震岳、徐良等歌手演唱会项目中，青岛成为新增站；在薛之谦、张杰、汪苏泷等歌手演唱会项目中，青岛成为驻场连演站；在周杰伦、“十个勤天”等演唱会项目中，青岛成为独家站、定制站。新项目、连场项目及“返场项目”使得青岛演唱会市场供给丰富、口味多元、歌迷年龄层结构平衡。

演唱会落地一座城市，城市的辐射能力是重要考量。在重点城市分流当地歌迷的情形下，青岛在歌迷范围“缩圈”的同时做好了服务“扩圈”，深耕华东、华北地区歌迷市场。业内人士介绍，2027年北京国家体育场“鸟巢”将启动设施设备维修、维护和提升改造工程，北方区部分演唱会项目将转至天津、青岛等重点城市；青岛今年的大型演唱会项目收益良好、口碑稳定，预计明年将受益于此轮项目溢出。

演艺经济的蓬勃发展离不开大型演出机构的项目引入。信息显示，我的现场、江苏星华、上海喜心、替恩替、杰出未来、有朋文化、上海开思等大型演艺公司成为今年青岛大型演唱会的主力公司，其中不乏与青岛年年都有项目合作的“演艺经济合伙人”。包括周杰伦“爱琴海”青岛演唱会主办方“喜心文化”在内的多家演出机构近期在青岛注册落地，实现了演出核心营收的本地留存，在完善青岛演艺产业配套体系的同时链接了更多演艺资源。另外，以青岛高新所见所得数字传媒有限公司为代表的本地演出经纪机构也在快速成长，由青岛出品的“星星火火”音乐节、“CAISSA一声有你”演唱会、“星泰逐梦”演唱会等项目在今年取得了亮眼成绩。

今年早些时候，青岛获得2027年中国演出交易会承办权。该交易会集中了全国头部演出机构、经纪平台和演出服务商。2025年该交易会在成都完成签约项目35个、交易额达6.08亿元。借助中国演出交易会平台，青岛将集中展示优质演出案例、市场容量优势、城市文旅资源，吸引新增项目持续落地。

项目集中，服务升级

一场演唱会的产业链条，由上游的艺人经纪公司及制作团队，中游的项目主办方、执行公司和场馆方，下游的衍生品及文旅消费构成。实现演艺经济的主动增量，要在项目供给、空间载体方向上升级，以场馆容量分层形成演艺空间集群，实现单周3场以上、单日3场以上、单项目3场以上的多场次生态；要在消费转化、产业配套方向发力，从票根引流、艺人文创、艺人IP打卡店、山海文旅联动等角度实现“二次消费”；同时加强对本地舞美音响、运营制作团队的扶持。

机构数据显示：演唱会行业增量越来越向大型体育场馆集中。2026年三季度，全国50001—75000座档位的场馆大型演唱会最多，由去年三季度的113场增至148场，净增35场；25001—50000座档位的场馆演出场次由去年三季度的78场增至111场，净增33场。两大档位合计贡献68场增量，占大盘84%的新增供给量。青岛市民健身中心体育场（馆）、青岛国信体育中心构建了层次清晰的场地架构，形成从国民级歌手、年代怀旧歌手到新生代组合的容量梯级。消息显示，明年春季档青岛将有新增大型场馆首开演唱会，使得“单天多开”成为常态，演艺经济持续增容。

对于青岛歌迷而言，今年演唱会的规模显著扩大。薛之谦“万兽之王”巡演青岛站6场连开，累计吸引近25万名观众；周杰伦“爱琴海”青岛演唱会单场入场歌迷达到5.6万人；汪苏泷“明日世界”3天吸引约11.2万名观众入场。今年青岛市多部门协同推出一系列精准服务举措：压缩演出审批时限、根据供需关系适度增加可售票数、提升安保服务水准。高水准的配套服务保障了项目推进，快速承接了因突发因素改期的演唱会项目，演出商在接受采访时多次强调对青岛演艺经济营商环境的认可。

在演唱会硬件层面，青岛已经形成“5万级体育场+万人体育馆+大型户外音乐节”的复合型场地矩阵。青岛市民健身中心、青岛国信体育中心多次出现场馆“单日双场，隔路相望”的盛况，而“星星火火”音乐节、年华音乐节的落地，使得体育场馆的区位优势在音乐节领域得以延续，成熟的交通圈便于跨城歌迷“认路”，也拉动了周边酒店、文旅等多层次消费。

在软件方面，青岛市民健身中心的“中建服务”品牌日臻成熟，演唱会开始前一个月运营团队启动“全周期预案”，联动安保、文旅、主办等多部门协作，统筹场馆职能分区、入场撤场流线、接驳车等点位布置，为歌迷提供观演攻略、交通指南、失物招领服务及秋冬季的红糖姜茶、暖宝宝，也为演出主办方提供专业的工作空间。尤其近年来演唱会高科技应用和惊喜环节层出不穷，从水炮、机甲、音塔、彩带喷射到纪念票根，演唱会的配置和环节愈加繁复，对场地服务能力的要求不断升级。场馆运营已经成为明星、歌迷、城市三方之间的“超级连接器”，场馆本身也是演唱会“宠粉”体验的一部分。

安保服务也是青岛演艺经济的一大亮点。今年暑期演唱会高峰期，面对数万名以青少年为主、家长全程陪伴的特殊情形，青岛在全国首创“粉丝圈层化分区管控”，在场地周边划分应援区、等候区、缓冲区、疏散区4个圈层，解决带娃观演家庭的实际难题，在保障秩序的同时最大限度释放歌迷热情，也为行业探索出行之有效的模式。

核心留存，独家体验

什么是演艺经济的核心留存？

青岛籍艺人赵小童三季度很忙。9月份的里院喜剧节，赵小童担任开幕式、闭幕式的重要嘉宾，堪称喜剧节的“人气担当”。而在里院街区，海内外粉丝持续打卡Voyage旅途咖啡店，沉浸式感受赵小童IP的魅力，一长排旅行箱成为海泊路一景。在10月17日“十个勤天”成员何浩楠青岛演唱会上，赵小童又作为惊喜嘉宾亮相，带来青岛扎啤和馄饨，两人合唱的《你真棒》赢得全场掌声。

青岛艺人资源的深厚优势在演艺经济领域逐步彰显：对于歌迷而言，来青岛看演唱会意味着看到独家环节、专属体验，同时能打卡艺人IP专门店，形成从演唱会、喜剧节到网红店打卡的全场景沉浸和消费延伸。

在演艺经济如火如荼的当下，头部艺人的年度巡演已经成为成熟项目，打造独有IP、定制演唱会将为城市带来演艺经济的核心留存。今年由青岛本土演艺公司“凯撒文产”联合打造的黄子韬“未来纪元”演唱会全国巡演，不是简单做全国演艺版图扩张，而是“演艺反哺旅游主业”，把演出流量转化为旅游、酒店业务的增量，发挥文旅协同优势。高新区“星星火火”音乐节将任嘉伦请回青岛，用压轴大秀凸显“青岛小哥回家”理念，还将崂山矿泉水、崂山可乐、白花蛇草水作为“崂山三绝”推介给全国歌迷。随着宋茜10月份回归音乐领域，青岛的歌手资源也迎来深度激活。赵小童+Voyage旅途咖啡店、任嘉伦+广西路“任嘉伦艺术中心”、黄渤+“黄逗菌”全国首店……艺人与线下IP专门店的组合为青岛演艺经济的文旅拓展打开了思路。

连场演唱会吸引数以万计的外地歌迷入青，精准引导客流也成为演艺经济的课题之一。“十一”假期，海内外歌迷赶赴青岛，住在崂山民宿、奔赴青岛高新区“周董之约”，实现了民宿经济、演艺经济的叠加效应。测算显示，周杰伦3场青岛演唱会拉动消费约12亿元。在业内人士看来，青岛演艺市场的一大特色在于“游客”与“歌迷”身份的转换，一次青岛行实现观演与旅游双重目的，彰显了旅游城市发展演艺经济的独特优势。

创新演艺引流模式、强化山海禀赋特色、孵化城市文化IP，青岛演艺经济在实现客群扩容的同时，让消费留存更有人文质感。



■大型演出频繁落地，持续提升青岛演艺经济活力。