



当“去青岛看演出”成为年轻人口中的高频词,节假日的交通枢纽满载着背着应援手幅、荧光棒的异地面孔,一股由演出市场驱动的消费新浪潮正在青岛澎湃涌动。音乐节、演唱会、话剧、沉浸式戏剧……丰富多元的演艺项目不再仅仅是精神文化盛宴,更化身为拉动城市消费、激活全域旅游的强力引擎。青岛,这座“音乐之岛”,正吸引着年轻人“为一场演出奔赴一座城”。

# “跟着演出去旅行”成消费新趋势

“去青岛看演出”成为年轻人口中的高频词 多元演艺项目成为激活全域旅游的强力引擎

## 奔赴：—— 异地观众点燃消费热情

几天前,青岛市民健身中心体育场内人声鼎沸,来自全国各地的乐迷在初夏的夜风中纵情狂欢。人群中,来自杭州的95后张晨格外醒目,他身上的衬衫已被汗水浸透,脸上却写满兴奋。“两天前抢到票,当晚就订了机票和民宿。”张晨告诉记者,为了看华晨宇的演唱会,他毫不犹豫地跨越千里奔赴青岛。“音乐节门票800多元,往返机票加住宿2000元出头,再加上这三天的吃喝、交通,预算5000元,但太值了!现场的氛围无可替代,而且青岛的海鲜和啤酒也让人流连忘返。”

像张晨这样“为一场演出奔赴一座城”的年轻人,在青岛的演出市场已形成一股强大且稳定的客流。数据显示,2024年,青岛共审批5000人以上大型演唱会、音乐节58场,吸引观众48万人次,70%以上观众跨城、跨省观演,票房收入3.3亿元,演唱会场次占山东省52%,拉动城市“吃住行游购娱”消费19.4亿元,显著推高了周边区域乃至整个市区住宿、餐饮、交通的消费数据。

在演唱会现场周边经营一家海鲜排档的李梅对此感受深刻:“音乐节那几天,店里从下午5点就开始排队,翻台率是平常周末的三倍都不止!很多外地来的年轻人,看完演出就直奔我们这,点名要尝青岛原浆啤酒和刚下船的本地海鲜,人均消费比平时高不少。”一场音乐盛宴,实实在在地转化成了周边商户“真金白银”的营收。

## 拉动：—— 产业链条释放经济动能

演出市场的繁荣,其拉动效应远不止于一张门票、一顿饭或一晚住宿,它正深度串联起青岛文旅产业的多个环节,释放出“1+N”的强劲经济乘数效应。

以本次华晨宇青岛演唱会为例,演唱会期间,联合携程、滴滴等平台打造“跟着演唱会去旅行专属权益包”,组织瑞吉、香格里拉等50余家酒店推出歌迷特惠房,联合城运控股推出重点酒店歌迷接驳车服务,提升观演体验。凭演唱会门票,部分景点享受门票半价或者免票优惠,让广大游客欣赏演唱会的同时,更好地游览青岛,感受这座城市的好客。

“大型演出就像一个巨大的流量入口。”专家指出,“它能把大量具有高消费意愿和能力的人群,尤其是年轻人,在特定时段内集中引入城市。这些观众不仅为演出本身付费,更会在交通、住宿、餐饮、购物、景区游览等多个环节产生持续性消费。据我们初步测算,一场超大型音乐节或演唱会对本地相关消费的带动比例可达1:8甚至更高。”这种辐射力,让演出市场成为激活城市经济的一股高效活水。

这股活水也精准灌溉了青岛的



青岛吸引着年轻人“为一场演出奔赴一座城”。



流亭机场汽水星球音乐节。

特色文旅业态。位于石老人海水浴场附近的多家高端海景酒店反馈,每逢大型演唱会或知名话剧巡演落地青岛大剧院或国信体育馆,预订咨询量便会激增,许多客人明确表示是为观演而来,并会顺带享受青岛滨海度假体验。

## 机遇：—— 文旅融合呼唤品牌塑造

面对演出经济喷薄而出的巨大能量和年轻人“跟着演出去旅行”的消费新趋势,青岛如何乘势而上,将偶发的流量转化为持久的品牌吸引力?

首先,强化本土特色,打造不可替代的演艺IP是核心。如去年10月流亭机场音乐节的成功举办,很大程度上得益于其场地本身的稀缺性和话题性——在退役的机场跑道上感受音乐狂欢,这份独特体验成为吸引异地乐迷的关键磁石。此外,作为青岛演出市场的重要标杆,凤凰音乐节以其强大的明星阵容和顶级的视听体验,每年都吸引着数万乐迷涌入青岛西海岸新区。去年音乐节期间,仅单日最高入场人数就突破4万。青岛需要深挖“山、海、城、文”的独特资源,打造更多像“凤凰”“流亭”这样具有鲜明青岛烙印、难以被简单复制的标志性演艺品牌,使其成为城市文旅的长期名片。

其次,完善配套,提升“观演+游

玩”全周期体验至关重要。便捷高效的交通接驳、丰富且高品质的住宿选择、演出场馆周边餐饮及夜间消费业态的优化布局以及将观演与城市核心景区、博物馆、特色街区游览无缝衔接的路线设计,都直接影响着外地观众的满意度和消费潜力挖掘。一位专程从南京来青岛观看话剧的观众王女士就提到:“看完演出都十点多了,如果能更方便地找到有特色的深夜食堂或者文化酒吧延续这份文艺氛围就完美了。”

最后,政策引导与市场活力双轮驱动不可或缺。相关主管部门需要进一步优化大型演出活动的审批流程和服务保障,营造鼓励精品演艺内容创作和引进的良好环境。同时,积极引导市场主体,鼓励旅游机构开发“演出+景区”“演出+住宿”“演出+美食”等定制化主题旅游套餐,满足跨城观演群体的多元化需求,延长其在青岛的停留时间,提升综合消费水平。

当一场场演出落幕,灯火渐熄,年轻人带着满足与回忆踏上归途,他们留下的远不只是掌声与欢呼。他们在酒店枕过的青岛夜色,在餐桌品味过的城市烟火,在街头巷尾触摸到的城市脉搏,都已转化为实实在在的消费数字与经济增长点。流亭机场音乐节的声浪,凤凰音乐节的光影,吸引着天南地北的年轻人人为一场心仪的演出欣然奔赴。

青岛早报/观海新闻记者 于捷 摄影报道



## 夜市“烟火气” 背后的经济账

对外经贸大学社会保障与企业金融研究中心主任 杜帅

青岛的夜市,犹如一颗颗璀璨的明珠,镶嵌在城市的各个角落。台东步行街越“夜”越美丽,越“夜”越迷人,单日平均人流量超2万人次,特定节假日高达5万人次。李村夜市则以其丰富的小吃种类和快速的更新速度吸引着众多消费者,其中乐客城夜市日均客流量达五六万人次,向阳路步行街夜市每天的客流量也超过1万人次,周末和节假日更多。还有被誉为“青岛夜市天花板”的吕家庄夜市,拥有摊位700多个,日均客流量3.2万人次,早已成为“潮生活 夜城阳”文旅经济的一张闪亮名片。

这些夜市的繁荣,带来的是实实在在的经济效益。以台东步行街为例,今年上半年客流量达到了3731万人次,而截至目前,年内客流更是超6000万人次,营业额超50亿元,均超2019年同期水平,其中夜间消费占比超过50%。李村夜市的乐客城夜市与向阳路步行街夜市共同构成“烟火气”浓浓的消费场景,带动了周边商业的发展。吕家庄夜市的年产值达4.2亿元,贡献李村商圈夜间消费的65%,更推动商圈年营业额突破50亿元。

青岛夜市的火爆并非偶然,背后有着诸多经济推动力。

从消费需求角度来看,随着人们生活水平的提高,消费观念也在发生转变。消费者不再满足于传统的购物和餐饮模式,更加追求多元化、个性化的消费体验。夜市正好满足了这种需求,在这里,人们可以品尝到来自全国各地的特色美食,购买到独具创意的手工艺品、潮流服饰等,还能感受到热闹的氛围和浓浓的生活气息。而且,夜市的消费价格相对较为亲民,符合大众的消费水平,无论是本地居民还是外地游客,都能在这里找到适合自己的消费选择。

从商业运营角度来说,夜市的运营模式具有独特的优势。一方面,夜市的摊位租金相对较低,降低了商家的经营成本,使得小本创业者有了更多的机会。许多摊主凭借着自己的手艺和特色产品,在夜市中开启了创业之路,实现了自己的梦想。像台东夜市的一些小吃摊主,从最初的“夫妻摊”发展到如今拥有多个摊位和员工的小生意。另一方面,夜市管理方通过不断优化管理和服务,吸引了更多的商家入驻。例如,台东夜市对摊位进行精挑细选,每三个季度开展一次考核,业绩垫底的摊位将会被淘汰,这种竞争机制促使商家不断提升产品质量和服务水平;李村夜市的管理团队经常去各地夜市考察,招募客流量大的小吃摊来这里开店,保证了小吃品类的不断更新。

此外,政府的政策支持也为夜市经济的发展提供了有力保障。近年来,青岛不断加码夜经济,鼓励商业综合体“外摆”、增加游购娱等“夜”态、延长公共交通运营时间等。这些举措不仅提升了消费者夜间出行的便捷性,也为夜市的发展创造了良好的环境。