

看 跟着演出去旅行

青岛演唱会场次占全省的52% “旅游+票务”释放强劲动能

跟着音乐游青岛调查

刚过去的这个周末,多场重磅演艺活动在青岛激情上演。7月4日、6日,鹿晗在青岛市民健身中心体育馆举办了两场演唱会;7月5日,海来阿木巡回演唱会登陆青岛体育中心国信体育馆。与此同时,户外的狂欢也在最美海岸线上掀起热潮,“新潮音 Yue 崂山”石老人沙滩音乐季开幕式与“海上啤酒节”开幕式相继举行,绵延的海岸线化身“音乐海岸”与“海上派对”,共同打造青岛夏季文旅新地标。剧场内,多元艺术同样精彩纷呈:由表演艺术家金士杰领衔、上海话剧艺术中心制作的话剧《父亲》聚焦家庭情感议题,而深受孩子们喜爱的儿童剧《屁屁侦探——伟大的联手》则为亲子家庭提供了暑期休闲好去处……随着盛夏来临,青岛“疯狂周末”的演艺格局已然成型,从“一张票根”到“一座城市”,夏日经济在持续的热闹中蓬勃兴起。

明星演艺融入烟火日常

近两年,演唱会成为消费热点之一,“跟着演出去旅行”是年轻人偏爱的一种出游方式。青岛夏日的吸引力,更有着音乐与海风的“双向引流”——不止于演唱会的华丽舞台,还在于青岛的街巷间流淌着明星与市井交融的烟火气,书写着“边走边唱”的城市新叙事。

张小斐,这位因《你好,李焕英》红遍全国的演员,在社交平台上分享了她在青岛海边滑滑板的视频,镜头里青岛的碧海蓝天与她自在的身影相映成趣,引发粉丝热议。在电影《恶意》的青岛路演现场,张小斐毫不掩饰对这座城市的热爱:“青岛的天气每天都很好,城市干净整洁,美食众多,人也热情好客。”当被问及最爱的青岛美食时,她的眼睛瞬间亮了起来,毫不犹豫地推荐了海肠捞饭,称其为青岛不可错过的美味。张小斐正全身心地投入贾玲导演的短片《转念花开》的拍摄中,剧组在广西路老城区搭建的场景,早已成为影迷们蹲守的“偶



海来阿木在青岛举办演唱会。



鹿晗青岛演唱会现场图。



张小斐在青岛海边游玩。

遇胜地”。

毋庸置疑,青岛的街巷正成为天然的明星秀场。当林更新出现在大学路转角一家小馄饨店中时,老板一眼认出了他。“你家串太好吃了,外卖我都点过好多次。”林更新笑着对老板说,接地气的互动视频随即在社交平台上疯传。宋茜的身影也频繁出现在青岛老城区取景地,粉丝们甚至整理出《马腾你别走》剧组的拍摄地图,将偶遇明星变成了一场城市寻宝游戏。在大鲍岛街区,管乐带着朋友们四处闲逛,这位年初刚在春晚舞台上演绎青蛇、继而在“浪姐”舞台上乘风破浪的青岛姑娘,回到家乡便迫不及待地投入大海的怀抱。“我喜欢听大海声音、闻大海的味道。”管乐在接受采访时深情地说道。去年她参加里院喜剧节时,在街头即兴表演的场景仍让市民津津乐道。

镜头中的同款取景地,味蕾上的深度体验,和明星不经意间的“偶遇”……这一切都成为粉丝们打卡青岛的另一重动因。当明星以游客身份与粉丝在同一城市的转角遇到,不仅仅是偶像剧情的现实版,更是城市日常与明星光环奇妙交融的生动注脚——以“演”为引,以“旅”为媒,青岛正以其独特的城市之魅,让荧光棒的星海化作消费升级的浪潮。

“好感度之城”自带“留量”

数据显示,2024年青岛市共获批举办5000人以上大型营业性演出58场,同比增长152%,吸引观众48万人次,其中外地游客占比超70%;票房收入达3.3亿元,带动“吃住行游购娱”综合消费19.4亿元。在青岛举办的演唱会场次占山东省总量的52%,是当之无愧的“山东演艺之城”。市场火热的背后,是演唱会催生的全域旅游热潮,而异地粉

丝往往会借观演之机,打卡城市的景点与美食。深蓝智库调研显示,超九成“Z世代”会因演唱会、电竞赛事或漫展等文化活动确定出行目的地,85%受访者将“情绪价值”列为核心驱动力——一张238元的门票可撬动超2500元的住宿交通消费,“旅游+票务”释放强劲动能。

年轻人正通过“兴趣标签”重构旅行意义。多家旅游平台数据佐证,音乐节、演唱会、话剧、展览等文化活动带动青岛等城市热度飙升266%,情绪消费已从个体行为升级为城市经济新引擎。业内专家指出,当“满足感”成为刚需,旅游业需加速提供“场景化服务”,以深度情感联结抢占年轻市场。这正是青岛举全市之力“宠粉”的深层逻辑。针对演唱会观众,青岛推出多项优惠:热门景区门票半价、酒店折扣、实景演出优惠等。“承接一场演唱会,需通盘考虑如何在观众中占七成比例的外地歌迷的体验感。”一位业内人士强调,交通优惠尤为关键。近日,青岛推出升级版的旅游季“一元通乘”政策,每晚9点至次日凌晨4点,凭“鲁通码”花一元钱即可不限次乘坐全市公交地铁。此举看似细微,却极大提升了歌迷对城市的好感度。“举办演唱会考验城市的交通、接待、保障体系,甚至与人均收入、消费能力及文化底蕴息息相关。”专家认为,“一元车票”更深层的意义在于重构游客与城市的关系。手握一元车票的旅行者不再是观光巴士上的“过客”,他们可以在凌晨时奔赴石老人浴场观看日出,当夜幕降临时乘坐公交车深入台东商圈寻味地道小吃。这种本地化的出行方式让游客从“景点集邮者”蜕变为“城市体验者”,“好感度之城”的留客诚意满载。

相关新闻 /

7月狂欢渐入高潮 演艺与城市共舞

青岛早报记者日前从市文旅局获悉,7月,青岛将以“来青岛,与世界干杯”为主题,围绕重大活动、大型演出、重点赛事等,推出涵盖文化艺术交流、商旅融合、艺术展演、潮玩体验等多个领域的系列文旅促消费活动与优惠措施,结合毕业季、暑期等节点,打造多元文旅消费场景。

岛城重大节庆与赛事如下:

第35届青岛国际啤酒节于7月18日启幕,设西海岸、崂山、老城区三大会场,联动奥帆中心、即墨古城等,推出艺术巡游、电音节等近2000场活动,郑州分会场及万名韩国游客交流同步启动。

7月中旬至8月底举办上合组织成员国艺术节,邀请成员国艺术团来青,举办开幕式暨青年歌会及系列文化交流活动,并配套举办“上合之夏”儿童戏剧节、书画展、少海周周演等主题文旅活动,以及上合组织国际投资贸易博览会、胶东机场特色商品展。

腾讯游戏“无畏契约”全国总决赛将于7月11日至13日在西海岸凤凰之声大剧院举行。

2025年“青岛之夏”艺术灯会于7月18日在太平山中央公园启幕,打造中国北方夏季最大规模艺术灯会。

此外,孙燕姿、周传雄等明星演唱会将在岛城轮番上演,携程、滴滴等平台推出“跟着演唱会去旅行专属权益包”,提供景区、酒店、出行等系列优惠。

阿尔丰斯·穆夏艺术展“缪斯的花冠”于7月12日在青岛市美术馆开幕。

青岛还将推出音乐剧《赵氏孤儿》、崂山道士沉浸式演出等高雅艺术进城区活动。聚焦暑期年轻群体,推出动漫游戏嘉年华、异次元动漫展、崂山“金榜题名”沉浸式行进式展演、莱西“嗨翻夏季”等活动。结合说唱、电竞、二次元等元素,打造奥帆“潮音觉醒”星链计划、夜间荧光派对和夜游奇幻农场等,释放夜间经济活力。



扫码观看相关视频
剪辑 记者 周少凯