

日前，刀郎2025巡回演唱会将在济南连唱两场，吸引了全国各地歌迷跨越山海相聚。即便已经过去一段时间，但“余音绕梁”，网上的讨论声至今仍未间断。尤其是济南在此次演唱会的种种“宠客”表现，已成为游客和歌迷共同的温暖记忆。“济南什么时候再举办演唱会”是不少人的期待。

此次演唱会为何后劲十足？在这种趋势下，借助这波流量的红利，济南演唱会经济将如何乘风起？

# 刀郎演唱会已结束，网上的讨论声却至今未间断 济南如何乘风起「唱」得更响

记者 孙远明 济南报道

## 一场演唱会 “激活”一座城

什么是“演唱会经济”？演唱会不仅仅是一场演出，它自带粉丝与话题流量，更是一种对“吃、住、行、游、购、娱”等产业具有强烈聚集效应的文娱活动，不但能够激发文旅消费能力，还有益于城市知名度的提升，素有“行走的GDP”之称。

近年来，“演出热”持续升温。演唱会天生自带“情绪价值”，为了一场演出，奔赴一座城，愈发流行。在这场歌迷与城市的双向奔赴中，拿着演出门票的人，是观众，也是游客。

演唱会是“人气经济”，具有显著的“溢出效应”。此前，中国演出行业协会发布的数据显示，演唱会的门票消费对当地消费拉动达到1比4.8，即门票花费1元，同期周边消费4.8元。可以说，人气袭来，便可“激活”城市消费市场的“一池春水”。

以太原和南宁为例。2024年太原举办32场演唱会，共带动总消费收入约41亿元。2024年，南宁共举办大型演唱会、大型音乐节32场，预计拉动经济增长45.43亿元。演唱会经济俨然已成为当地经济发展的新的增长点。

而从此次刀郎演唱会来看，其对旅游、餐饮、住宿等消费的带动也十分明显。携程数据显示，刀郎演唱会期间，济南酒店和景区门票订单量环比分别增长67%、75%，接送机订单增长31%。美团数据显示，环比上月同期，济南市奥体中心附近住宿交易额增速85.3%，订单量增长14.8%。

## 面对大流量 做足城市温度“小文章”

一场演唱会，带来的热度和流量是短暂的。如何将“演唱会效应”拉长，展示城市好客包容、潮流时尚的深层次魅力，让“一时火”变“一直火”？其中大有文章可做，也是对地方工作思路的一次考量。

在此次刀郎演唱会热潮中，处处可见济南的“宠客”诚意，总结来看，“软硬配套”兼具。

为保障场外秩序，济南创新性地“用一送一”，将距离演唱会场馆500米、能容纳六七万观众的“西柳”体育场向歌迷开放，并免费提供热粥、热水。同时，济南奥体中心增设存包柜和人工寄存点；针对中老年观演人数较多的情况，调整餐食种类；联动地铁、公交等推出8条歌迷定制专线，确保散场后近万名歌迷安全疏散。

济南市文化和旅游局做足“演唱会+文旅”融合文章，释放演唱会的“长尾效应”，让流量变留量，提前向歌迷推荐济南的泉水文化、老街民宿、鲁菜美食等优质文旅资源，发动全市30余家重点旅游景区和酒店，推出免费游览、半价住宿等大幅度的优惠措施。此外，还与携程等平台合作，上线了包括演唱会门票、酒店住宿、景区游览相组合的联动产品。同时，山东其他地方百



▲2025刀郎济南演唱会虽已过去一段时间，但网上的讨论声至今仍未间断。

余家景区也携手推出联动优惠政策。

诸多细节无不体现出满满诚意，提升了观众的观看体验和旅途感受。

## 发展演唱会经济 济南有诸多优势

相关数据显示，2024年，全国5000+人大型演唱会场次同比2023年增长49.9%，万人以上演唱会场次同比增长84.4%。2025年，演唱会市场仍劲头强势。目前，全国多地都在抢抓演唱会商机，争相打造“演艺之都”，济南有哪些优势？

山东大学旅游产业研究院院长、中国旅游协会副会长、山东省旅游行业协会会长王德刚分析，济南在省内具有极强的市场辐射能力，为演唱会提供了充足的潜在观众。此外，济南拥有优越的区位交通优势，航空便利，又是全国高铁网络重要节点，高速公路网发达，方便全国各地歌迷“跨城观演”。同时，演出场馆等基础设施完备也为演唱会的举办提供了硬件保障。

作为第一批国家级文化和旅游消费示范城市，近年来，济南积极探索激发演艺市场主体活力，从演唱会、音乐节到舞台剧、脱口秀等，推动演出市场扩容向新、多点开花。2024年济南举办营业性演出活动1192场，同比增长22.63%，其中，举办林俊杰演唱会、张学友演唱会等大型演出活动22场。2025年，济南将重点培育“演唱会+文旅”消费新引擎，目前已与李宗盛“有歌之年”等大型演唱会相继确定。

向演唱会要流量，关键是抓住年轻人。据中国演出行业协会相关数据，18至34岁的年轻群体是演出市场的消费主力。近年来，济南多次入选年度活力城市，是全国热门旅游目的地，超然楼亮灯、泉水“猪鲤”、灵岩寺的“黑悟空”、夏雨荷花灯，以及山东美术馆的济南国际双年展、山东博物馆的“文博热”吸引了众多年轻人的目光，为外地歌迷和游客提供了探索济南地方文化和自然风光的全新打开方式。

## 想让城市“一直火” 济南如何“一路高歌”

从长远来看，如何让演唱会经济能够“唱”得更响，实现演唱会经济的可持续发展？这对城市提出了更为细致的要求。

从产品供给上下功夫。2月12日，山东省提振消费工作大会在济南召开，研究部署提振消费工作。会上提到，全年举办不少于5000场营业性演出。日前，山东省文化和旅游厅发布《关于进一步培育新增长点繁荣文化和旅游消费的行动计划》(下称《行动计划》)，提到培育“演出经济”新引擎。丰富旅游演艺产品和剧场演出供给，鼓励各地举办万人以上大型演唱会、音乐节。打造“跟着演出游山东”品牌。

在审批流程上给便利。《行动计划》提到，进一步优化营业性演出审批流程，在确保安全的前提下，鼓励各地适当放宽大型营业性演出可售(发)票数量限制。落实巡演项目首演地内容审核负责制，巡演地不再重复进行内容审核。审批开启“快车模式”，将有效促进文旅活动的快速落地，助力演艺经济发展。

打造城市演艺品牌。若想让城市“一直火”，营造“年轻人友好”的音乐文化氛围，打造与城市契合的本地专属演艺品牌则具有必要性。这种方式具有可持续性，像当前较火的迷笛音乐节、草莓音乐节等，可以持续吸引大量游客和音乐爱好者。

提升“演唱会+文旅+服务”体验。演唱会一头连着文旅消费，一头连着城市形象。演唱会与文旅相辅相成，二者共同作用，可带动消费，丰富城市内涵。一场演唱会的成功举办，也离不开地方政府在安全保障、配套服务、周边产业等领域的支持。二者叠加，才能最大程度实现一场演出的乘数效应，最终实现城市“形象IP”的提升。

历史上的济南，享有“曲山艺海”盛名。如今，在文化艺术软实力的浸润下，相信泉水叮咚也能掀起音乐浪潮，点亮“诗和远方”新图景。

瑞声达 GN

助 听 器

ReSound OMNIA · 瑞声达浩听系列

小巧轻便 精彩生活

“3·3爱耳日 特价优惠”

3月1日 - 3日

从业 20 年助听器验配师面对面

验配，部分机型“买一赠一”

高清晰高舒适度迷你机型

高清晰舒适深耳道助听器

全数字耳背式助听器

原价—42980元/台

原价—21980元/台

原价—2380元/台

特价 21000 元/台

特价 11000 元/台

特价 1280 元/台

1 日(周六) 预约咨询 : 0531- 88581680

2 日(周日) 预约咨询 : 0531- 88551833

济南解放路中心医院斜对面正大时代广场一楼助听器

3 日(周一) 预约咨询 : 0531- 88154530

济南解放路 11-5 号瑞声达助听器(公交公司对面红色门头)

GN Making Life Sound Better

产品名称：耳背式助听器 | 产品注册号：浙械注准20211190252 | 生产企业名称：瑞典瑞声达听力技术(中国)有限公司 | 生产地址：厦门市湖里区高崎工业区洪泰路15号 | 多功能助听器主要部件及说明书：一、请仔细阅读产品说明书或咨询专业人员的使用说明并按说明使用。二、产品批准文号：国食药监械(进)字2020500594号