

“跟着演出去旅行”是当下极具人气的文旅新风尚,通过演艺与实景深度相融,不断打开文旅消费新空间。山西太原深耕多元融合业态,推出“跟着演唱会去旅行”主题线路,串联日间文博游与夜间音乐演出,通过完善配套将短期客流转化为长效城市文旅活力;天津滨海新区立足滨海特色资源,以音乐节串联交通、商圈、节庆多元业态,打造全域联动的文旅生态,借潮流音浪激活海岸文旅经济;在北京民俗博物馆,“东岳艺术季”将二十四节气文脉与传统乐舞相融,让国风雅韵在古建筑间流淌,赋予城市漫步厚重的文化质感……多地立足本土资源探索融合发展路径,以旋律为纽带串联风景与人文,丰富出行体验、延伸消费链条,为文旅产业提质升级提供了可借鉴的创新思路。



太原演唱会现场

2023年至今年4月,山西太原累计举办周杰伦、周深等歌手大型演唱会75场,吸引观众超200万人次,票房收入超10亿元,拉动消费近80亿元,“歌迷之城”火爆“出圈”。

山西太原持续擦亮城市名片——

“歌迷之城”不止于“宠客”留人

本报记者 朱 萌 文/图

强化全链条政策保障

大型演艺活动是检验城市综合治理、政务服务能力的考题。太原市通过成立政府专班、出台专项支持政策、构建一站式服务保障体系等措施,持续优化演出环境、提升歌迷体验,推动演唱会经济从“单一演出”向“吃住行游购娱”全链条消费延伸。

2024年太原出台《支持演唱会经济发展的若干措施(试行)》,2026年政策迭代升级,形成资金扶持、审批提速、配套保障、消费拉动四维支撑体系。对符合资质的演出主办方,太原依据售票规模、票房收入和单场省外观众占比情况给予相应奖补,大幅降低优质演艺项目落地成本。每年5月至10月演艺黄金季,太原同步启动发票即时抽奖活动,拉动歌迷餐饮、住宿、购物等二次消费。

同时,省级层面持续优化演出营商环境,山西省文化和旅游厅、省行政审批服务管理局联合印发《优化营业

性演出审批服务实施方案》,压缩大型演出审批时限。山西省文化和旅游厅特别推出“跟着演唱会游山西”文旅惠民专项行动,让票根与享受省内多地景区联动优惠,实现“一市办演出、全省享红利”。

短期“流量”转化为长效“留量”

多年来,太原持续打造全城联动消费场景,推动演艺流量向全产业链延伸。此前周杰伦演唱会期间,巨型Q版主题公仔落地铜锣湾、龙湖万达等商圈,掀起打卡热潮;邓紫棋巡演期间,实景演艺《如梦晋阳》面向歌迷推出半价优惠,让歌迷沉浸式感受晋阳实景演艺魅力;2026年歌手演出档期内,本地生活服务平台联动“歌迷之城 太原宠你”活动,上线外卖、美食、酒店一站式优惠套餐,打通线上、线下消费闭环。

2026年,太原创新“音乐+文旅+微短剧”融合新模式。微短剧《太原之约》以跨城看演唱会为故事主线,

串联天龙山石窟、钟鼓楼、晋阳湖等城市地标,融入头脑、莜面栲栳栳等非遗美食,在北京卫视首播,两日登顶全国卫视同时段收视榜首,斩获第十六届北京国际电影节微短剧单元“年度文旅融合赋能作品”。

如今,太原还在不断挖掘本土化、差异化文旅亮点,构建“演出+文博”“演出+实景演艺”“演出+影视宣发”“演出+城市漫游”等多元融合业态。日前,太原发布“跟着演唱会去旅行”2026主题旅游线路,实现日间山水古建游览、夜间音乐盛宴无缝衔接,覆盖全市核心文旅资源,为歌迷提供分层式深度游览方案。

依靠精细化惠民政策、高效政务保障,全域文旅产品供给,太原持续拉近与全国歌迷的距离,拉长消费链条、延长游客停留时间,把一场场演出带来的瞬时流量,转化为城市持久的文旅人气、消费增量与品牌影响力,推动“演出+旅游”融合模式高质量发展。

循着民乐游古建

本报记者 卢 旭 文/图



国风市集现场

古刹疏钟、铜铃摇风、汉唐乐舞、民乐绕梁……日前,首届“东岳艺术季——四时雅韵·艺承古今”系列活动在北京民俗博物馆开幕。艺术季由北京市朝阳区文化和旅游局、朝阳区文联、朝阳区宣传文化中心等联合主办,以二十四节气为文脉、东岳庙为舞台,为市民、游客呈现一场集民乐演出、互动体验、文创市集于一体的文化盛宴。

舞蹈《云袖似锦》开场,中央音乐

学院学生为观众演奏《彩云追月》《春江花月夜》等民乐经典曲目,古朴婉转的曲调萦绕在古建戏台,引来游客驻足。同步开启的主题市集,集聚非遗传承人及艺术创作者的丰富作品,一件件展示雕漆、泥塑、景泰蓝等非遗技艺的文创作品,蕴含着匠心与巧思。

“漫步在有着700多年历史的古建筑群中,能看到丰富多彩的文艺演出,参观各种展览,了解北京的民俗,还能购买到心仪的北京特色文创产

品,真是一次沉浸式传统文化体验。”游客王薇说。

作为本次艺术季系列活动的核心内容,7月至8月,“博物馆奇‘庙’夜”夜间观影、诗词艺术歌曲专场、跨界弦乐音乐会、民乐演出、京剧精品展演、汉唐宋韵歌舞、青年流行音乐现场、国风巡游等九大特色活动将陆续上演,9月的收官阶段则以古建音乐节为核心,通过院落实景演奏、沉浸式听音等形式,让传统民乐与古建夜景相融。

活动现场,“东岳艺术季”将古建变身“超级舞台”,后罩楼与南门广场组成核心主舞台,东西跨院的庭院式分舞台为互动区,演出与红墙绿瓦相映成趣,让游客在移步换景间尽赏国风演艺。沉浸式展示区内,国风艺术市集延续东岳庙会烟火气,非遗手作、文创潮玩、互动体验一站式解锁,适配年轻审美与打卡需求;文化艺术雅集区更有夜间观影、艺术讲座、非遗工坊等活动,为游客带来沉浸式参观体验。

从旅游体验来看,“东岳艺术季”打造了覆盖全年龄段的分层游玩内容:针对亲子家庭,艺术季设置了“琉璃牌楼拼豆大赛”“伏夏荷风研学营”等互动项目,家长可以带着孩子一起动手制作民俗手作,在游玩中了解东岳庙的古建历史与非遗知识;针对国

风爱好者,国风巡游、古建露天观影、夜间民乐演出等内容,提供了大量出片的打卡场景,不少游客身着汉服、新中式服饰前来逛展,在红墙绿瓦间拍出专属国风大片;针对文化深度游爱好者,东岳论香香具展、非遗传承人分享会、传统民乐专场演出等内容,让人沉下心来感受北京民俗文化的深厚底蕴。

许多游客在社交平台分享游玩攻略时提到,“东岳艺术季”最特别的地方,是没有把文化体验场景局限于参观、听讲解,而是把演出、市集、工坊都融入了古建的日常空间里,逛的时候不知不觉就走完了整个东岳庙,既看了古建、逛了市集,又欣赏了演出、体验了手作,半天时间就能收获多重文旅体验。

不少外地游客专门把“东岳艺术季”纳入暑期北京游览行程,和周边的三里屯、日坛公园等点位串联成“朝阳半日文化游”线路,形成了“文化活动带动周边消费”的循环。

北京民俗博物馆馆长申健表示,“东岳艺术季”依托东岳庙得天独厚的古建空间、深厚的文化底蕴与优越的区位优势,以古建为幕、灯光为笔、音乐为魂,将“古建+演艺+民俗+旅游”有机融合,力争打造北京夏季打卡的文旅新地标,让厚重的中华优秀传统文化焕发时代光彩。

依托得天独厚的亲海资源与完善的城市配套,天津滨海新区以音乐节为核心,串联节庆盛会与日常演艺、联动交通出行与商圈消费、融合流量热度与产业发展,构建起“大型节庆引爆、常态演艺续航、全域业态联动”的文旅融合全新生态。

海风为幕,沙滩为台,音律为媒。扎根天津滨海新区东疆湾的泡泡岛音乐节,已然跳出传统演出的单一框架,成长为天津极具青年活力与滨海特色的文旅IP。历经4届持续深耕,泡泡岛音乐节累计吸引观演人次超32万,持续带动区域综合消费增长,从本土孵化IP成长为京津冀富有影响力的年轻化、潮流化文旅名片。在IP成长过程中,滨海新区开放包容的城市气质、稀缺的滨海资源、优质的营商环境,为演艺产业创新、文旅业态融合提供了广阔舞台。

记者从天津市滨海新区文化和旅游局了解到,泡泡岛音乐节从项目策划之初,就摒弃了单纯演出的定位,以“高品质、差异化、国际化”为方向,围绕“音乐+艺术+生活方式”持续丰富内容供给。活动有机融合艺术装置、创意市集、潮流品牌展陈、公共互动空间等多元业态,致力于打造承载青年文化表达、艺术交流、潮流生活体验的综合性文旅消费场景,精准契合当代青年文旅消费新趋势。

独特的滨海资源,让这一创作理念落地生根、独具特色。主办方团队并非简单将音乐节场地搬至海边,而是将滨海海景深度融入音乐活动,让山海风光成为演出的核心内容。相较于城市公园、室内场馆等传统演出场地,开阔的海岸线、治愈的落日海景、清新的滨海生态无可替代,海风、星光、海浪与旋律鼓点相互呼应,让观演从单一娱乐升级为沉浸式滨海度假体验,实现人与自然、音乐艺术与滨海城市的深度交融,这也成为泡泡岛音乐节最核心的差异化优势。同时,滨海新区与东疆片区持续优化营商环境,在交通组织、公共服务、文旅配套等方面全力保障,形成城市空间与演艺IP双向赋能的良性模式,助力本土IP持续迭代、成长出圈。

近年来,“跟着演出去旅行”成为青年群体主流消费方式。泡泡岛音乐节精准聚焦青年客群,核心观众为18岁至28岁年轻群体,跨城观演游客占比超75%,京津冀客源占比超65%。该群体消费意愿强、活跃度高,且擅长社交传播,能持续放大城市文旅热度。

滨海新区创新跨界模式,联合国铁北京局、天津旅游集团打造泡泡岛限定主题高铁、津旅时光号联名列车,定制专属海报、联名歌单、文创周边与互动体验,参演歌手、乐队登车即兴弹唱,让游客从踏上旅途开始就沉浸式入景,实现“旅途即沉浸、上车即入景”;同时,联动各大酒店、商业综合体、景区推出票根优惠、联名度假套餐,将单次观演流量转化为深度在地消费,让“看一场音乐节”升级为“玩一座滨城”的全方位文旅体验。

为延续音乐热度、丰富文旅供给,滨海新区持续盘活全域海岸资源,让音乐演艺走出节庆、走进日常——东疆海贝公园常态化开启周末海边音乐会,晚风、沙滩、星光为天然布景,本土乐队、青年歌手轮番登台,轻柔民谣、动感流行、活力摇滚轮番唱响,成为市民、游客夜间休闲的热门地标;生态城东堤公园依托超长海岸线,常态化举办消暑音乐会、邻里歌会,将山海自然风光与文艺演出深度交融,打造四季不断、氛围松弛的海岸文艺生活。

从节假日万人狂欢的东疆主会场,到日如烟火里轻音萦绕的海岸公园,大型节庆引爆、日常演艺续航的文旅新格局正在滨海新区形成。当地还结合滨海文化中心、泰达航母主题公园、国家海洋博物馆等优质文旅资源,创新推出“音乐节+亲海度假”等多元组合产品,将瞬时演艺流量转化为全天候、全时段的高效文旅客流。

天津市滨海新区文化和旅游局局长贺淑荣表示,未来,滨海新区将持续做大做强“向海乐活”文旅品牌,串联全域文旅资源打造节庆集群效应,以音乐赋能城市、以品牌带动产业升级,全力打造全国海洋节庆文旅融合发展标杆。

天津滨海新区：向海拓展潮流演艺业态

本报记者 连晓芳

动体验,参演歌手、乐队登车即兴弹唱,让游客从踏上旅途开始就沉浸式入景,实现“旅途即沉浸、上车即入景”;同时,联动各大酒店、商业综合体、景区推出票根优惠、联名度假套餐,将单次观演流量转化为深度在地消费,让“看一场音乐节”升级为“玩一座滨城”的全方位文旅体验。

为延续音乐热度、丰富文旅供给,滨海新区持续盘活全域海岸资源,让音乐演艺走出节庆、走进日常——东疆海贝公园常态化开启周末海边音乐会,晚风、沙滩、星光为天然布景,本土乐队、青年歌手轮番登台,轻柔民谣、动感流行、活力摇滚轮番唱响,成为市民、游客夜间休闲的热门地标;生态城东堤公园依托超长海岸线,常态化举办消暑音乐会、邻里歌会,将山海自然风光与文艺演出深度交融,打造四季不断、氛围松弛的海岸文艺生活。

从节假日万人狂欢的东疆主会场,到日如烟火里轻音萦绕的海岸公园,大型节庆引爆、日常演艺续航的文旅新格局正在滨海新区形成。当地还结合滨海文化中心、泰达航母主题公园、国家海洋博物馆等优质文旅资源,创新推出“音乐节+亲海度假”等多元组合产品,将瞬时演艺流量转化为全天候、全时段的高效文旅客流。

天津市滨海新区文化和旅游局局长贺淑荣表示,未来,滨海新区将持续做大做强“向海乐活”文旅品牌,串联全域文旅资源打造节庆集群效应,以音乐赋能城市、以品牌带动产业升级,全力打造全国海洋节庆文旅融合发展标杆。



泡泡岛音乐节 主办方供图