

跨城观演火爆 海口如何“曲终人不散”？

当刀郎山歌遇上椰林海风，会擦出怎样的火花？

“大大小小，你们好吗？”5月10日至11日晚，当刀郎站在聚光灯下，熟悉而独特的嗓音穿透海口五源河体育馆的每一个角落，台下爆发出震耳欲聋的欢呼，2.4万“刀迷”齐聚海口，掀起一波回忆杀。

“一场演出，带火一座城”的现象，今年以来，在海口尤为普遍。承接流量的椰城，也把文旅名片玩出了新样式。

□南国都市报记者 丁文文



时代少年团“加冠礼”演唱会现场。(海口市旅文局供图)

跨城观演热 为一场演出，奔赴一座城

细数近三年来，海口演艺市场似乎就没有离开过旺季，首场、首次、具有特殊意义的演唱会“扎堆”落地：2023年，周杰伦世界巡回演唱会、时代少年团成团后首场演唱会；2024年，坎耶·维斯特世界巡回试听会中国唯一一站、查理·普斯世界巡回演唱会亚洲首站；2025年，张韶涵生日场演唱会、张学友第1000场演唱会、山歌响起的地方·刀郎2025巡回演唱会海口站……

“海南岛对我的一生有特殊的意义！”刀郎带着《万泉河水清又清》和《大海啊故乡》城市限定歌曲重返梦开始的地方，用音乐诉说与这片土地的深情。

挥舞荧光棒、万人合唱……相聚椰城的2.4万“刀迷”，以“60后”“70后”群体为主。其中，岛外购票“刀迷”占比约75%。

跨城观演日渐风靡。将时间线拉回“五一”假期，5月3日至4日，时代少年团“加冠礼”演唱会——“冠岁”海口站共吸引11.54万人次参与，游客总花费达6.55亿元。其中，场内观众7.01万人次，95%来自岛外。

湛江到海口，仅一海之隔，从周杰伦到坎耶·维斯特，再到时代少年团演唱会，“00”后湛江游客叶钻浪乐此不疲乘坐轮渡往返两地，主打一个把音乐融入“诗和远方”，“因为一场演出，爱上一座城。演出、人文、美食、宠粉，椰城总能给人惊喜。”

或乘轮渡来一场“特种兵”观演，或“打飞的”赴一场演唱会之约，跨城观演已成为当下年轻人的潮流生活方式。中国演出行业协会相关数据显示，18至34岁的年轻群体是演出市场的消费主力，越来越多年轻人选择跟着演唱会来一场“说走就走的旅行”。

行走的GDP 一场演唱会，“激活”一座城

居高不下的“观演热”，带动场馆、住宿、餐饮、交通、免税等多个行业的消费，“溢出效应”明显，既聚人气，也聚财气。

一个舞台撬动全域消费，演唱会流量裂变带来的乘数效应（指经济活动中某一变量的增减所引起的经济总量变化的连锁反应程度），是各地热衷于举办演唱会的深层次原因。数据显示，2024年大型演出平均跨城观演率超60%，除演出票房收入外，直接带动观众综合消费超过2000亿元，演唱会经济成为名副其实的“行走的GDP”。

当越来越多人愿意为了一场演出奔赴一座城，海口演唱会经济也正以一种独特的“情感引力”重塑文旅消费逻辑：“演艺经济+在地体验”正在重构游客与城市的关系，将“音乐共鸣”延伸为“文化共情”，让观演记忆与城市印象深度融合。

来海口看演唱会，顺道游骑楼老街，尝琼式美食；打卡免税城，带特色伴手礼……演出门票即通行证，在这场人与城的双向奔赴中，拿着演出门票的人，既是观众，也是游客。

例如，海口通过“票根经济”延长游客停留时间。演唱会期间，海口酒店、景区、旅游商品、餐饮、免税、商业零售统一串联，推出多项专属优惠服务，涵盖“吃住行游购娱”多方面需求，让

游客在感受音乐之余，畅游海口，将单次观演转化为文旅复合消费。

值得提及的是，5月10日至11日晚，海口市旅文局特别推出的“山海相逢·海口相会”——2025城市宠粉音乐会，为没能买到演唱会门票的歌迷们，呈现刀郎“同款”演出盛会。“被宠到了，真贴心。演艺之都，当之无愧！”许多歌迷在社交平台晒出这份海口独有的音乐宠粉福利。

从情绪价值的提升到城市文化氛围的营造，从独特文旅体验的打造到“宠粉”优质服务的提供，海口全方位发力，让“曲终人不散”，从“演出热”走向“城市热”。

“近年来，‘演艺经济’成为海口的城市文旅消费增长点，而海口城市细致入微的多部门联动服务保障以及‘宠粉’情感链接，也让观众感受到‘被在乎’。”海口市旅文局相关负责人介绍，在满足观演需求的同时，与歌迷进行深层联动，使得城市本身的存在感更强，更能延伸演唱会的“长尾效应”，提升城市形象。

夏季的海口不止浪漫，高品质的演出也在持续输出。接下来，演唱会、脱口秀、音乐剧轮番“炸场”。值得期待的是，6月13日至15日、6月20日至22日，陈奕迅 FEAR and DREAMS 世界巡回演唱会——海口站将在海口五源河体育馆嗨唱6场。

曲终人不散 演唱会经济进化为城市消费新引擎

眼下，海口正在打造“国际演艺之都”，演唱会经济如何做到“曲终”但“人不散”，让“行走的GDP”走得更远？

在北京旅游学会理事、新时代文化旅游研究院院长吴若山看来，在文旅消费从“跨城观演”向“深度在地体验”转型的背景下，海口打造“国际演艺之都”需突破传统演艺经济模式。

基于演唱会带来的消费撬动效应及跨省客群基础，他建议，构建“场景赋能—产业升级—服务创新”三位一体发展体系，实现“流量经济”向“留量经济”的质变升级。

在场景赋能方面，深挖城市文化底蕴，建立“演唱会+城市地标”联动机制。例如，在五源河体育场周边设置骑楼老街非遗体验快闪店，策划推出演唱会歌迷定制版“火山口夜游灯光秀”，将演出流量导入城市文化场景。

在产业升级方面，海口应发挥自贸港政策优势，构建“演艺经济+离岛免税”融合模式。试点演唱会电子票根积分奖励政策，观众凭票根在离岛免税购物时可获额外积分并用于消费抵扣。在免税城设立“演唱会主题购物专区”，整合明星周边、海南文创及免税商品，打造“观演+购物”一站式消费场景。

在服务创新方面，完善基础设施网络，强化交通接驳效能。可开通演唱会主要客源城市至海口的“演唱会直通专列”，推行“车票+门票”绑定销售及高铁票价折扣。规划建设海口五源河体育场片区智能化停车场，配套“停车场至场馆至假日海滩”接驳航线，实现“陆运+水运”无缝衔接，为“演唱会式旅游”提供最佳的个性化体验。

如此，以演唱会作为城市旅游的“邀请函”，为游客讲好独一无二的椰城故事，让演唱会经济能够“余音绕梁”。



刀郎 2025 巡回演唱会海口站现场。(通讯员 张万里 摄)



游客打卡cdf海口国际免税城。(海口市旅文局供图)