



从“听场歌”到“爱座城”

大连，随着演唱会“飙高音”

[文·大连新闻传媒集团记者杨鹏 大连理工大学新闻与传播学系数据新闻团队王作昀 王玉宇 邵长明 王妍 数据可视化·王作昀 王玉宇 邵长明 王妍 指导教师:武文颖]

数据新闻研究室·大连

专栏合作
大连理工大学新闻与传播学系
数据新闻团队

2025年夏,大连的海风和偶像的声音一起,治愈了很多。随着刀郎、时代少年团、孙楠等演唱会不断登陆,大连的风、大连的景便和着鼓点、音符和欢呼声,一道将大连的美丽与美好展现在全国人民面前。

据统计,2024年大连共举办17场大型演唱会,票房3.6亿元,带动综合消费17.28亿元,位列东北第一。而2025年,以“演唱会经济”这张文旅牌,大连将流量转化为“留量”,让“行走的GDP”落地生金,成为东北演唱会首选城市。

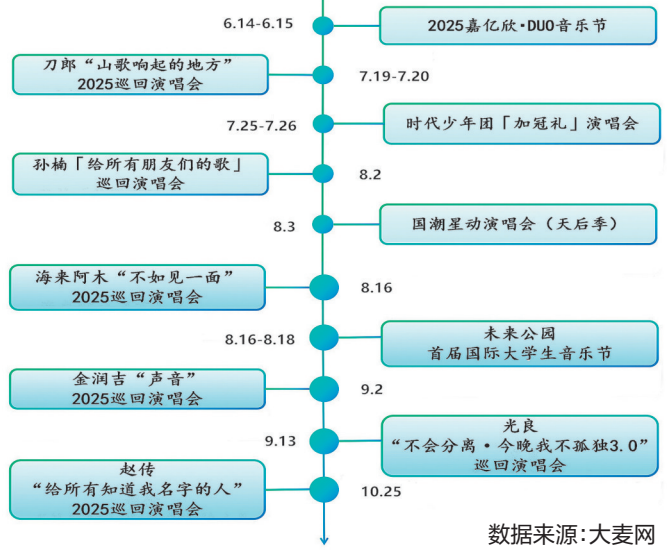
《大连日报》联合大连理工大学新闻与传播学系数据新闻团队,通过剖析艾媒咨询等机构发布的权威行业报告,并结合微博、大麦、灯塔等主流平台的大量演唱会数据,深挖大型演唱会背后的市场需求与发展新趋势,清晰展现大连经济在文化消费带动下的活力图景,凸显“演唱会经济”背后的城市软实力,解码演唱会经济为城市发展增添的新动力。

“跟着演唱会游大连” 大连今夏很“火爆”

●场次持续“扩容” 暑期大连“周周都有演唱会”

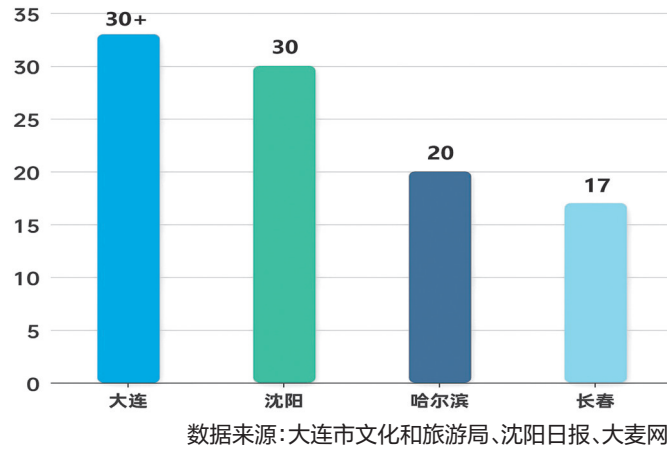
从2024年起,大连市文化和旅游局就明确把“跟着演唱会游大连”列入6个城市文体旅融合发展IP之一。为进一步促进全市演艺经济高质量发展,2025年全年已演出和在谈的项目20余个、30余场次。

2025年大连已公布多场精彩演唱会排期,暑假期间,大连“周周都有演唱会”,2025年,音乐盛宴将在大连持续上演。



●东北副省级城市中大连演唱会场次居首

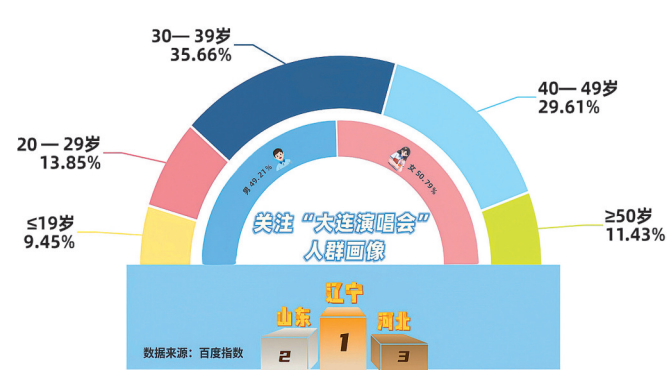
截至2025年7月31日,在东北四个副省级城市中,大连和沈阳预计全年将有30余场演唱会,哈尔滨和长春稍次之,目前公布的演唱会数量分别为20场、17场。这四城中,大连凭借丰富多元的演出内容、持续不断的活动热度以及完善的配套服务,展现出强劲的文旅活力,逐渐成为东北文旅版图中的佼佼者。



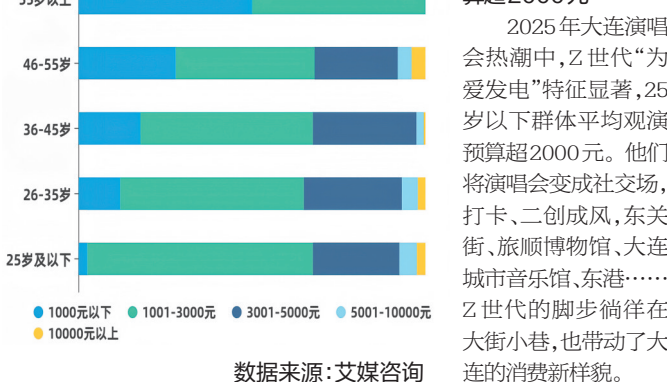
●30岁至49岁是关注大连演唱会主力人群

根据百度指数的相关数据,对大连演唱会的关注程度从年龄分布看,30岁—39岁人群占比最高,达35.66%;40岁—49岁人群占29.61%,二者合计超六成,构成关注大连演唱会的主力群体。

从性别分布上看,女性占50.79%,男性占49.21%,整体性别差异相对较小。刀郎、孙楠、海来阿木等在大连开演唱会,在一定程度上更吸引一些较为成熟年龄群体的关注,看演唱会不再只是年轻人的喜好,年龄范围变得更为广泛,性别也较为均衡。



●年轻人平均观演预算超2000元



孙楠大连演唱会现场。

大连新闻传媒集团记者王华 摄

“大连服务”实力宠粉

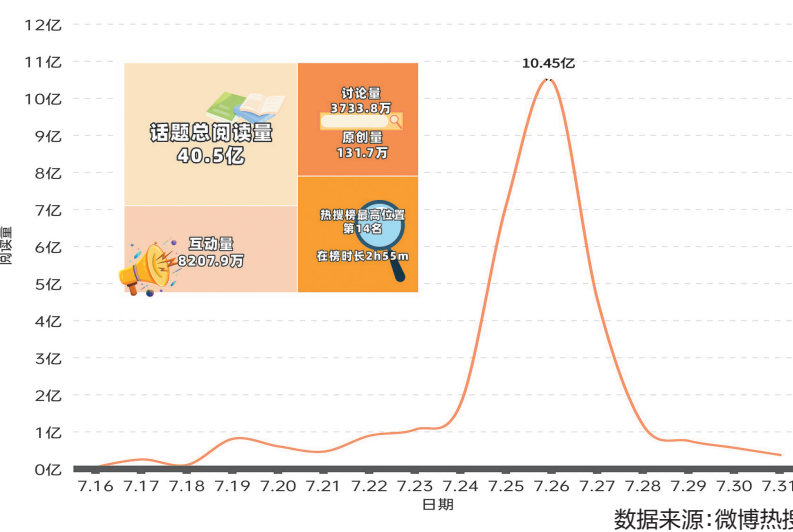
●让粉丝拥有一份独家回忆

刀郎、时代少年团、孙楠等来大连召开演唱会,给大连带来了巨量关注,每一场演唱会都将这座城市的浪漫与温情传递到全国。孙楠演唱会后,有两条热搜分别登上了微博热搜总榜和文娱榜。相关词条“孙楠和85岁父亲同台演唱哭了”总阅读量1003.07万人次,互动量1.1万条,这场开在家乡的演唱会,让五湖四海相聚在大连的粉丝拥有了一份独家回忆。

●大连在社交平台高频“露脸”

今夏火爆的大连演唱会,印证了演唱会对城市的流量赋能。借粉丝关注,大连在社交平台也高频“露脸”,在一定程度上提升了这座城市文化消费场景的全国声量。

除此之外,时代少年团大连演唱会主话题在登居微博热搜榜的同时,更有多个衍生话题也先后登上热搜,彰显了大连承接大型青春演艺活动的平台价值,助力大连在青年文化传播版图中抢占席位,以青春演艺为媒,推动文化旅游等消费链延伸,激活城市青春经济与文化传播的双向潜力。



●滨城友好提升歌迷体验度

除宏观政策外,大连还为演唱会推出系列利民政策。交通上灵活管制,公交、地铁加车、延时,保障出行顺畅;现场设暖心服务站,提供咨询等服务……7月25日、26日两天,大连地铁体育中心站总客流共16.3万人次,同比上周同一时段增长233.36%,单日最高8.5万人次创新高;地铁2号线单日客流44.1726万人次,创自开线以来客运量新高,两日合计发出保障列车110余列次,疏散客流76800人次。大连的宠粉行动获得粉丝们的一致好评:“接驳车一辆接着一辆,源源不断地将粉丝输送到目的地,交通安排很合理。”滨城的友好与服务,提升了歌迷的体验度,拉动了文旅消费,展现了大连的热情与包容,更展示了城市形象。

大连把演唱会经济的“流量”沉淀为城市品牌的“留量”。硬件升级,政策护航与文旅融合并举,演唱会不再是短暂狂欢,而是撬动会展、邮轮、夜经济的长久杠杆,让这座滨海之城在歌声中持续焕发新的活力。

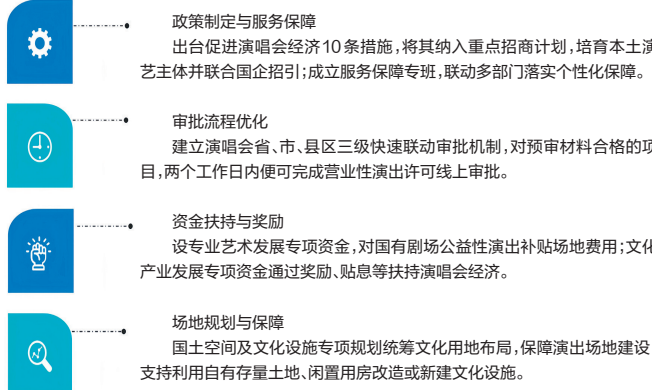


数据来源:大连发布

把演唱会经济的“流量” 沉淀为城市品牌的“留量”

●政策驱动:激活“演艺+文旅”新图景

大连强力打造“跟着演唱会游大连”城市文旅IP,多措并举促进演艺经济高质量发展。2025年,大连市政府、大连市文化和旅游局陆续发布《大连市大力提振消费若干措施》和推进剧场经济与演唱会经济发展的相关举措,从完善服务保障、审批流程优化、资金扶持奖励、场地布局规划等方面,通过政策细化让“演出引流、文旅变现”的路径愈发清晰,进一步激活“演艺+文旅”消费活力。



●网络口碑热词背后的城市“密码”

为深入剖析大连演唱会的网络口碑,数据团队对微博、抖音等平台的相关评论进行了系统梳理与分析。结果显示,“城市魅力”“安全保障”“暖心服务”“城市温度”“热情”及“文旅活动”等词汇高频涌现。

“为了一场演唱会来到大连,现在竟爱上了大连,这座城市太有魅力了!”“大连把粉丝照顾得很好,从入场到离场都很贴心!”“大连承办大型活动的经验很丰富,以后可多办演唱会。”这些评论不仅成为网民热议焦点,更彰显了公众对大连城市文明的高度认可。



●通过文化消费寻找重新出发的力量

很多人将演唱会比作一场盛大的乌托邦,演唱会现场此起彼伏的声浪,每一个争分夺秒的抢票背后,都体现了对生活品质的重新定义。这种情感投射,揭示出文化消费已不单纯是一种娱乐行为,人们更希望通过偶像的“在场”,寻找重新出发的力量。

