

各地景区和酒店为歌迷影迷送上免门票、住宿优惠等福利

跟着演出来旅行，“好客山东”心意诚

近年来，“为一场演唱会奔赴一座城”“电影取景地变身网红打卡地”，跟着演唱会和电影去旅行成为文旅消费的新潮流。随着《唐探1900》《封神》等影视作品的热映，德州乐陵、青岛等取景地吸引了大量影迷打卡；而随着2025年刀郎、李宗盛济南演唱会，毛不易、孙燕姿青岛演唱会的接连落地，更将为各市文旅经济的发展带来新的爆点。

今年，山东持续打造“跟着演出(音乐、电影、动漫)游山东”品牌，各地围绕“演艺+文旅”“影视+文旅”打造特色旅游线路，提供景区门票、住宿优惠、交通接驳等便利服务，诚邀广大游客跟着演唱会、电影游山东。

张宇宁 报道

凭演唱会门票 酒店打折景点免费

2月14日、15日，刀郎济南演唱会将连续两天上演。演唱会恰逢情人节及周末，来济南看一场盛大的演唱会，同时开启一场“心之所向”，“趵突泉”“大明湖”是来济歌迷最向往的目的地。

为了来济歌迷玩得更好，山东在刀郎演唱会演出期间动员省内4A级以上旅游景区从2月10日至20日推出735项优惠政策，让广大歌迷在享受演唱会大餐的同时，也能感受“好客山东”的独特魅力。

在济南，游客持刀郎演唱会门票，可享免费游灵岩寺、半价游朱家峪、优惠游青铜山大峡谷等景区优惠，还可再享99元购金象山滑雪场全天滑雪票。淄博红叶柿岩、周村古商城、聊斋城、崂山等景区也为广大持票歌迷推出免票及其他优惠。青岛、烟台、日照等地景区在刀郎演唱会期间也纷纷送上“景区套餐”。

与此同时，济南还为广大来济歌迷准备了专属酒店福利。凭刀郎演唱会门票，入住山东新闻大厦享受4折优惠，玉泉森信大酒店可享受4.5折优惠，山东健康丽呈酒店(华能大厦)可享4.2折优惠价320元/间(含早餐)，济南中海凯骊酒店享门市价5折优惠……活动酒店遍及济南市主要景区、交通枢纽，来济歌迷可以轻松开启济南之旅。

6月，济南还将上演李宗盛演唱会，毛不易和孙燕姿青岛演唱会也将在年内上演，烟台也将举办刘若英演唱会，更多演唱会也在陆续筹备、计划中。

2024年全国演出市场表现强劲。山东演出市场表现同样出色，2024年演出票房高达9.07亿元，较2023年翻倍。据了解，2025年，山东计划组织不少于5000场各类节庆活动和营业性演出，鼓励各地举办万人以上大型演唱会、音乐节，持续打造“跟着演出(音乐、电影、动漫)游山东”品牌，推动文旅消费全面提升。

延伸阅读

拓展“电影+旅游” 新消费场景

1月23日，中宣部电影局、文化和旅游部资源开发司共同组织开展的2025年“跟着电影去旅游”活动，在德州市乐陵影视城举行全国及山东省启动仪式，乐陵成为活动首站。仪式上，青岛、烟台、潍坊、济宁、临沂等城市均发布多条“跟着电影去旅游”活动路线。

在随后到来的春节假期，作为春节档热门电影《唐探1900》拍摄地的乐陵影视城限时开放，吸引了大量游客“跟着电影游乐陵”。影视城内倾力打造的唐人街主题园区火热非凡，带动乐陵市周边景区景点、商圈接待游客近70万人次，旅游综合收入超过9000万元。

乐陵影视城营销总监李旭告诉记者，影视城将于5月左右正式开园，届时《唐探》和《国色芳华》两大园区都将开放，并为广大游客带来新的体验。

此外，《封神第二部：战火西岐》联动全国多家旅游景点新春献礼，各地景区推出凭电影票根免门票活动。《熊出没·重启未来》携手全国方特主题乐园推出“看电影购门票”立减优惠，各项“电影+旅游”活动异彩纷呈。

自然、人文资源丰富的山东，实际上一直拥有深厚的影视“基因”。春节档热映的《封神第二部：战火西岐》和《蛟龙行动》均诞生于青岛东方影都，近年来热映的《抓娃娃》《送你一朵小红花》等电影也取景于青岛的大街小巷。而淄博周村古商城(《大染坊》)、烟台文成城堡(《夏洛特烦恼》)、潍坊高密红高粱影视城(《红高粱》)等景区也都是打卡经典影视“名场面”的绝佳目的地。

记者了解到，2025年“跟着电影去旅游”活动期间，各级电影主管部门、文化和旅游行政部门将支持和指导电影出品方、宣发方和旅游景区开展“电影+旅游”融合发展活动和项目；推出电影主题旅游精品线路；举办聚焦电影拍摄目的地形象、主题线路等策划宣传推介活动；开展“电影拍摄地打卡抽电影票”“电影票根兑换景区门票”等电影和旅游消费联动活动，延伸拓展“电影+旅游”新消费场景。



多样玩法刺激“体验式消费”

山东公共文化场馆成了游客的热门打卡地

记者 孙远明 报道

2月12日，山东召开全省提振消费工作大会。会上提到，聚力实施服务消费提质工程，突出发展旅游消费、文化娱乐消费、健康消费、餐饮消费，促进服务消费高质量发展。

山东博物馆、山东美术馆等文化场馆是承载公共文化服务的重要场所，随着“文化热”持续升温，这些场馆成了省内外游客的热门打卡点。它们通过特展、沉浸空间、公教服务、市集文创等体验式场景的多维联动，不仅成为历史文化、科技、艺术交融的展示窗口，更成为刺激城市文旅消费的鲜活样本。

公共文化场馆变身 “旅游目的地”

2月12日元宵佳节，山东美术馆联合山东省话剧院推出的《奇妙美术馆》儿童剧在馆内精彩上演。此次跨界牵手，拓展了“美术馆+”“舞台+”边界，实现舞台与展馆的双向奔赴。观众不仅可以近距离感受两种文化艺术交融的魅力，还可以和演员互动，沉浸感更加强烈。类似的跨界玩法，山东美术馆早已实践过多次。“静态看展”已是过去式，“动态体验”正逐步发展成美术馆新的艺术业态。

刚刚过去的春节假期，与山东美术馆一街之隔的山东博物馆成为不少亲子家庭的旅游首选地，馆内开放了20个展厅，搭配14类研学活动，为到馆观众提供了丰富的观展体验。现居天津的曲女士一家到山东威海探亲，紧张行程中特别计划

了到山东博物馆参观。“孩子从小在外地长大，想让他感受一下山东的历史文化，多了解了解家乡。”

据了解，春节假期，山东博物馆观众接待量超15万人次，外省参观人数占比超50%。假期山东美术馆开放七天，接待观众7万余人次。山东国信国际旅行社董事长张晓国看到两大场馆周边拥挤的车流感慨：“紧挨着的山东博物馆、山东美术馆和旁边的万象城共同构成了一个非常好的‘一日游’目的地。”

爆款产品实现 文化与市场双赢

“文化热”不但在城市消费中起“枢纽作用”，还催生出以跨界融合、创意创新为特征的特展、文创等新场景新业态，为公共文化场馆提供了“造血能力”，将人流量转化为经济增量。

当前，“人智时代——第三届济南国际双年展”正在山东美术馆和济南市美术馆两大主展区火热进行，诸多展品通过“科技+艺术”的深度融合，让观众在欣赏艺术之美的同时，沉浸式感受艺术家对技术的反思。据山东美术馆馆长杨晓刚介绍，开展近两个月，山东美术馆线下接待观众已超40万人次。

随双年展再次启动的山东美术馆“M+有点艺思”艺术市集备受欢迎，摊位汇聚各类手工艺品，既可供观众欣赏，也可以购买，市民游客还可与创作者进行互动交流。这种活跃的文化氛围，为观众提供了更为独特的文化体验。杨晓刚介绍，山东美术馆“M+有点艺思”艺术市集自2024年12月21日重新启动以来，各种原创设

新场景催生 文旅消费新业态

目前，文旅产业已然进入更重品质、更重融合、更重场景的阶段。近日，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》，其中提到，鼓励公共文化场馆举办特展，开发文创产品，积极打造文旅数字化应用场景进景区进场馆，加快数字文化产品和服务在公共文化场馆的应用，丰富公共文化空间体验形式和内容。

山东美术馆除举办IP重磅展览双年展外，还开设了“灵境·穿越灵犀之界”沉浸式数字艺术特展和数字艺术空间常设展。两个展览融合科技、人文、艺术，深受亲子家庭和年轻人喜爱。据介绍，灵境展自元旦正式开馆，入展人次约2.4万人次，单日最大客流量达1400人次，门票总收入约115万元，此外还带动了文创产品的收入。

同样火爆的，还有位于山东美术馆四楼，运用前沿数字技术打造集“科技+艺术+情绪价值”于一体的烝界数字艺术空间。该项目运营负责人赵芳介绍，艺术空间自1月10日开业至2月10日，共接待游客1.5万人次，单日最大客流量突破1700人次，门票总收入突破80万元，并带动咖啡甜点等二次消费收入。“春节期间，我们还精心策划了雪韵、数字拜年主题活动，吸引了大量游客前来体验。”

山东美术馆馆长杨晓刚认为，美术馆应打造城市艺术综合体，提供“一站式”文化艺术服务，丰富服务业态，升级消费体验。这些应用新场景实现了艺术与科技的融合，满足了市民游客对文旅体验的新需求，成为文旅消费的“引爆点”，也为人们的“美好生活”增添了新注解。

