

# 为看周杰伦400万人在线抢票触动“消费入口” 演唱会能否成济南城市消费新密码

今年9月,周杰伦演唱会的霓虹将连续3天点亮济南夜空。上一个周末,超400万人在线争抢这3场演唱会的门票。“周杰伦+周末+热门城市”的超级组合,不仅点燃了歌迷的热情,更或将引发一场文旅消费“革命”。能否借力明星效应激活城市消费新密码,是对济南,也是对更多城市文旅的一场新考验。



400余万人想看周杰伦济南演唱会。

记者 陈晨 路董萌 济南报道

## 一场演唱会如何点燃一座城的消费热情

因9月下旬,周杰伦连续3天的演唱会,济南成为全国焦点。

线上购票平台显示,超400万人标注“想看”。而演唱会举办场地济南奥体中心体育场,仅有6万个坐席。

开票当日,“周杰伦演唱会”的话题轮番登上热搜。社交媒体上,幸运抢到的歌迷开始求攻略和晒攻略,内容包括济南的景点、济南的美食等一切值得吃喝玩乐购的地方。

这并非个例。青岛举办的演唱会上,12万名观众中70%来自外地,直接带动“吃住行游购娱”全链条消费。青岛文旅局打出“跟着演出去旅行”的口号:凭演唱会门票可享十余家酒店入驻优惠、景区折扣,还能领取5折打车券与免费接驳大巴服务。场馆外的文旅展位前,游客排队领取青岛文旅吉祥物与演唱会周边大礼包,城市形象在音乐与旅行的碰撞中被重新定义。

中国演出行业协会数据印证了这股热潮:2024年大型演唱会票房破260亿元,同比增长78.1%;观演人次超2900万,同比增长45%。更值得关注的是跨城观演比例——64.2%的观众为演唱会跨省或跨市出行。

当歌迷背着双肩包、揣着演唱会门票涌入一座城市时,他们带来的不仅是尖叫,

更是一场消费生态的重构。

## 演唱会消费杠杆1:5 城市渴望“留量效应”

“演唱会门票收入是所有活动中最高的,满座率甚至高于体育赛事。”艾媒咨询CEO兼首席分析师张毅指出,演唱会对消费的拉动呈现1:5的比例,即每1元门票收入可带动5元周边消费。一张数百元的演唱会门票背后,可能是数千元的酒店住宿、餐饮购物与景区消费。

济南大学文化和旅游学院副教授孙竞将演唱会消费拆分为“直接消费”与“间接消费”,前者包括门票、交通、住宿等“缺乏弹性”的支出;后者则取决于城市魅力,即看完演出是否愿意留下来逛一逛、买一买。

以青岛为代表的多个城市正在用这种“票根经济”激活这部分潜力:凭票根游景区、住酒店打折。“本质是利用消费者‘赚了’的心理,延长其停留时间。”孙竞说。

以青岛为例,一位歌迷晒出的消费账单显示:380元演唱会门票之外,她在青岛停留两天,入住优惠酒店花费400元,品尝海鲜大餐200元,游览崂山景区凭票半价,加上打车券节省的40元,总计消费超千元。“本来只想看演出,结果发现青岛挺好玩,下次带家人来。”歌迷如此写道。

孙竞表示,这种由演唱会引发的“意外消费”,正是城市渴望的“留量效应”。

## 用演出吸引人流 用城市配套留住消费

如何将演唱会流量转化为城市消费增量?孙竞提到了两个典型地区,新加坡与中国香港的成功经验提供了参照。

新加坡凭借免签政策与世界级演出场馆,吸引欧美明星开唱,试图将自己打造成“亚洲文化中心”;中国香港则通过航空补贴、景区联动等政策,让演唱会成为激活旅游经济的钥匙。其共同的逻辑是:用顶级演出吸引人流,用城市配套留住消费,最终实现“一本万利”的品牌增值。

许多城市正在探索本土化路径,且多地文旅部门已探索出相对成熟的模式,将演唱会从单一文化事件升级为“文旅融合”的消费场景。不过,孙竞建议非一线城市“错位竞争”,“不必贪大求全,执着于顶级演唱会,举办大众化的音乐节,也能打造城市名片”。

对于山东来说,可凭自身1亿人口的庞大基数、串联京津冀与长三角的交通网络,加上济南、青岛完善的场馆设施与政府补贴,成为演唱会经济的沃土。孙竞提到,“在山东举办演唱会,仅本省5%的人群参与,就能保证票房成功。”跨区域的辐射能力,能让一场演唱会的消费半径扩展至数百公里。

灯塔专业版数据显示,2025年演唱会仍保持高位占比,截至4月29日,2025年国内演出市场票房收入已达53.03亿元。其中,演唱会票房收入40.64亿元,占比达到89.4%。这意味着,演唱会不再仅是明星的舞台,更是城市争夺的“消费入口”。

编辑:蓝峰 组版:侯波

# 职工脱产“充电”,筑企业安全防线

## 2025济南市工伤预防培训走进莱矿

王小涵 通讯员 朱树学  
实习生 崔宇彬 济南报道

泉有防,城安康。6月27日,2025济南市工伤预防启动仪式暨莱芜区首场工伤预防培训进企业活动在莱芜钢铁集团莱芜矿业有限公司举行。本次培训分3期6天举行,莱矿公司260余名职工脱产参训,通过生产安全专家授课和工伤预防实训项目体验等方式,切实提升矿山企业职工工伤预防意识和能力,促进劳动者健康稳定就业和行业安全发展。

## 趣味科普+实操体验 织起工伤安全“防护网”

工伤预防,是工伤保险制度中的重要一环,是保障劳动者权益的关键防线,一头连着企业的稳定发展,一头系着职工的家庭幸福。

2025年是济南市工伤预防五年行动计划的收官之年,也是检验工伤预防系统性成效的关键时刻。济南市人社局着力构建长效机制,持续开展工伤预防宣传培训系列活动进企业、进工厂,在重点行业营造“严格遵守安全规章预防工伤从我做起”的良好氛围。

2025济南市工伤预防启动仪式暨莱芜区首场工伤预防培训进企业活动现场,广大莱矿职工通过欣赏特殊作业安全科普动漫、主题舞蹈《安全阵线联盟》等寓教于乐的节目,直观触达相关行业的可及危害;现场设置“人人讲安全,个个会应急——查找身边隐患”有奖知识竞答,10个交互性小问



答掀起活动高潮;模拟灭火器、心肺复苏等工伤预防实训项目更让职工可触可感,引得学员们排起长队积极参与。当天下午,山东省应急管理专家、采矿高级工程师厉彦伟结合矿业实际模拟井下场景事故,介绍了非煤矿山工伤事故和隐患分类、常见工伤类型、汛期非煤矿山停产撤人措施等知识。

“矿业生产环境复杂,同事们在井下作业、机械操作过程中也会面临诸多风险,安全生产容不得半点疏忽。”莱芜矿业有限公司安全部副主任马元磊是本次培训的首批学员之一,他坦言,通过本次培训,自己本就绷着的“安全弦”又紧了。“在风险识别方面,培训让我学会了更细致、全面地观察工

作环境,掌握了不同作业场景下潜在风险的判断方法。在安全操作规范上,培训对各项作业流程进行了详细讲解和演示,纠正了以往一些不规范的操作习惯,让我明白严格按照规程操作是避免事故的关键。”对他来说,预防工伤事故,保持良好的身体状态和工作状态,实现快乐工作、幸福生活,才能更好为企业安全生产贡献力量。

## 数字赋能 拧紧安全“螺丝钉”

济南市人社局工伤保险处负责人表示,通过此次培训活动,希望企业能够主动履行安全生产主体责任,将员工的生

命安全放在首位,加强员工培训,把预防工作做在日常、抓在日常;希望企业员工能够严格遵守操作规程,认真学习安全知识,增强自我保护意识和应急处置能力,时刻紧绷安全这根弦。

目前,济南市已成功搭建工伤预防宣传培训云平台,集预防宣传、课程培训、一键报案、风险评估、考证指南为一体,将危化品、冶金、矿山、建材等重点行业分类解读、分批培训,实现工伤预防与数字科技的深度融合。平台将在7月份升级为“济南市工伤智控监管数字化平台”,在满足原有功能的基础上,升级后的平台可实现培训期间各类信息采集,自动生成培训审计报告,并进行资金使用合理性监管,实现项目从开始到结束的全方位全流程保障。

近年来,济南市人社局构建了“政府主导、部门协同、社会参与、专业运作”的工伤预防新模式,通过持续开展工伤预防“六进”活动,扩大了工伤预防普及覆盖面;借助报、台、网、端、微、屏等全媒体矩阵,进行全方位、立体式的宣传,使得工伤预防的理念深入人心。同时,创新培训方式,开展订单式培训,针对不同行业的特点与需求,定制个性化培训课程。2024年,济南市共开展工伤预防培训项目366场,累计培训人数达29400余人,覆盖企业分管负责人及危化、矿山、冶金、建材、机械制造、建筑施工、交通运输等重点行业领域。

2025年,济南市工伤预防宣传培训活动将继续走进更多行业企业,开展形式多样的培训活动。不断强化职工安全意识,提升企业工伤预防能力,为广大行业鸣响安全警钟,济南市人社局时刻践行“人民至上、生命至上”工作遵循,为安全生产形势持续稳定向好注入强大动力,为经济社会的高质量发展筑牢坚实的安全根基。