

——一台旅游演艺如何不断营造沉浸体验新场景、活跃全时旅游新消费、激发产业升级新动能——

《寻梦沧海》：500次深情讲述，构筑城市文化强磁场

□青岛日报/观海新闻首席记者 马晓婷



■中国首部大型沉浸式航海史诗音乐剧《寻梦沧海》。

一台好的旅游演艺，既是对文化的解码，亦是对文化的编码；既是主客共享的旅游产品，更是文化“两创”的鲜活作品。

作为文旅融合推动青岛旅游产业转型升级的开篇之作——2025年1月1日，由青岛旅游集团出品的中国首部大型沉浸式航海史诗音乐剧《寻梦沧海》在青岛奥帆海洋文化旅游区奥帆中心景区海上剧场迎来第500场公演。

连日来，海上剧场座无虚席。原始部落的大海向往、千古一帝的海洋之心、时代青年的人生理想，随着三位主人公——贝、徐福、齐鲲鹏人生轨迹的铺陈娓娓道来，借助前沿科技实现的虚实结合演艺手法，创造性地将航海融入视觉、氛围、观演方式中，五千年来中国人不断探索征服海洋壮丽史诗和青岛厚重深沉的海洋文化底蕴，是欣喜、震撼和久久不能平息的感动。

青岛旅游集团总经理、青岛旅游集团文化演艺有限公司董事长谭鹏表示，在旅游演艺观演已成“软刚需”的背景下，青岛旅游集团文化演艺有限公司将以《寻梦沧海》为依托，立足青岛资源禀赋创新创意消费产品和场景，形成更具吸引力、竞争力的旅游产品供给，切实提振文旅消费，激发产业动能，服务青岛加快构建具有核心竞争力的现代旅游产业体系，将“流动的GDP”固化为“经济的DNA”。



■海上剧场成为青岛城市文化新地标。



■《寻梦沧海》以鲜活的人物塑造，创新呈现中国人探索征服海洋的壮丽史诗。

文旅融合促传承

500场公演、超13万人次观演，《寻梦沧海》已然成为不容错过的城市文化之约。

“如果你来青岛，一定要看《寻梦沧海》，真的很震撼！”2024年12月31日晚，一名走出海上剧场的观众第一时间通过视频电话与远在外地的朋友分享难忘的观演经历。一名本地市民更是真情流露：“作为青岛人，看到这个演出很自豪。每个时代的青岛人都在坚持不懈，我们也要在新的一年里拿出青岛人的那股劲，拼搏出属于自己的精彩。”

2024年2月24日，《寻梦沧海》在青岛奥帆海洋文化旅游区奥帆中心海上剧场首演；2025年1月1日，《寻梦沧海》迎来第500场精彩绽放。不到一年的时间，这部音乐剧何以打动超过13万观众的心？

“任何一座城市，都有她自然和历史的基因。青岛这座城市的灵魂，就是大海。其实答案只有一个，就是找到青岛这座城市独一无二的文化气质。”在数度捧回金鹰奖等重量级奖项的《寻梦沧海》总导演金铁木看来，正是一次次重访三里河、琅琊台、板桥港等历史现场探寻青岛海洋文化的过程，让主创团队茅塞顿开，从而提取出“航海”这一人类与海洋最紧密的链接作为演艺的文化线索。而这，恰与青岛旅游集团文化演艺有限公司打造一台集历史变迁、海洋文化、地域特色为主题，反映城市精神和市民气质的沉浸式演艺的初衷不谋而合。

以初心倾注传承，自首演以来，《寻梦沧海》以打造彰显青岛海洋文化与历史传承的城市演艺代表作为目标，紧密结合观众需求，策划推出20多场特色活动，并完成剧情、硬件设施等升级，不断为观众营造出文旅融合发展和文化传承创新的体验场景，并多次获得专业认可和荣誉肯定。

2024年4月，《寻梦沧海》入选2024山东省旅游高质量发展大会精品剧目名单；2024年9月，山东省文化和旅游厅公布“金声玉振”中外舞台艺术精品剧目演出季名单，《寻梦沧海》成为青岛市唯一入选的音乐剧作品。同时，《寻梦沧海》入选中国旅游协会主办的“中国服务”·旅游产品创意案例，入选“艺”游山东微短剧开放场景，成为山东文旅微短剧共创

基地、青岛社科调研智库实践基地。青岛旅游集团文化演艺有限公司被授予中国演出行业协会会员单位、青岛市研学基地旅行协会副会长单位。

对于正在加快打造国际滨海旅游目的地的青岛而言，以《寻梦沧海》为代表的旅游演艺，搭建起了青岛城市文旅展示的新平台，正在成为游客了解青岛城市文化内涵的新窗口。一个更具活力的城市文化形象，由此走进了更多市民游客的心中。

场景创新促消费

“文化创造是源头，文化消费是端口。”培育文旅消费新场景，构建四季皆有特色的旅游发展新格局，是青岛迈向旅游强市的重要支撑。《寻梦沧海》诞生于青岛城市地标之上，更是青岛激活全时文旅消费的活跃力量。

2024—2025跨年季，青岛旅游集团文化演艺有限公司特别策划推出跨年夜特别场等特色活动。跨年夜当天，演出2个场次，跨年夜特别场的幸运观众收获了精美的纪念礼品。2025年1月1日，演艺增加至2个场次，其中，19时30分场次为500场特别场，现场公众将共同见证这一特别时刻。进入冬季以来，《寻梦沧海》一直保持着较高的上座率，尤其是推出多种形式的文旅惠民活动，吸引更多市民游客走进剧场感受文化盛宴，成为青岛冬季文旅消费的活跃区域。

通过更多消费体验新场景的融入，如今，在海上剧场的体验并不仅仅是“跟着演出去旅行”。

强化品牌IP打造，推出20多次主题活动。结合重要节点，演艺公司策划并举办了包括新春观演赠好礼活动、“五一”假期“醉”美海边市集活动、“十一”假期汉服打卡及慢骑比赛活动、市南区文化和旅游局“花海市南”、青岛市中小学生绘画及征文比赛颁奖典礼、“梦开始的地方”演讲专场等在内的20余次线下主题活动，在增强观众文化体验的同时，也拓展深化了品牌IP的打造。

加强资源整合，满足多元需求。在深入市场调研的基础上，依托青岛旅游集团资源优势，演艺公司推出“演艺+海洋”“演艺+海底”套票产品，让游客购票后可一站式体验青岛自然风光和人文底蕴。此外，还通过抖音直播及上线美团、携程等OTA平台形式实现票务销售多元化，在线上向游客展示青岛美景的同时，第一时间了解游客需求，解答游客提问，方便游客体验。

尤为值得一提的是，青岛旅游集团文化演艺有限公司塑强海洋文旅特色，提炼《寻梦沧海》内容特性打造“向海图强”主题研学课程，引领观众从视听盛宴中感受中华优秀传统文化魅力，了解青岛于齐鲁一脉传承千年的蓝色海洋历史，逐步构建起研学产品体系并赢得市场认可。课程陆续将奥帆博物馆、海洋科学馆、国际会议中心串联形成特色研学线路，将“研学证书”等产品融入亲子研学中，不到一年承接60多个研学场次，接待研学观众近2万人次，其中不乏外地研学团队，进一步提升了青岛文旅产品的市场影响力。

持续不断的场景创新释放着文旅消费的蓬勃活力，海上剧场也从夜间文旅地标，成为日夜精彩的文旅体验目的地。日前，在由青岛市发改委开展的“2024年度青岛市新型消费应用场景和新型消费领先企业评选”中，海上剧场成功入选“2024年度青岛市新型消费应用场景”。

多元联动促产业

跨年夜的奥帆中心，处处流光溢彩，喜悦映刻在人们的脸上。这是青岛人再熟悉不过的地方，却总能有新的惊喜发生。如果要细数这里的变化，无人机表演是很多市民游客会提到的“城市仪式感”——每逢重要节点，海天之间总有它浪漫的身影。这场“主客共享”的文旅盛宴，是青岛旅游集团文化演艺有限公司多元联动推

实现线上线下联动促消费。为了进一步拓展业务领域，公司积极寻求创新突破，已于近期启动全新的内容创作与业务板块，旨在利用自身的文化演艺资源和品牌影响力，通过成立文化传媒子公司抢抓MCN行业风口，利用孵化网红、签约达人、制作优质短视频等方式，深化在新媒体领域的布局，强化科技创新对文旅产业的引领，推动产业链向上下游高质量延伸。

——强化整合力。优化产业布局，有效整合资源，是青岛旅游产业高质量发展的重要着力点。演艺公司将深耕历史文化沃土，彰显城市旅游调性，在持续提升《寻梦沧海》产品与服务品质的同时，进一步挖掘其项目特点、亮点及深度价值，提升市场认知度、文化服务辨识度、演艺品牌认可度。整合海上剧场可利用资源，发掘剧场艺术空间属性和场景潜力，开拓



■“向海图强”主题研学课程吸引了众多小观众。



■《寻梦沧海》营造沉浸式文化体验新场景。

动文旅产业发展的缩影。

用好青岛文化旅游业的突出优势和巨大潜力，更多产业之力正在集聚。

——提升创新力。紧跟青岛市促进低空经济高质量发展方案任务部署，抢占低空经济风口，演艺公司以1000架无人机为设备基础，通过创新发展及应用场景拓展，将无人机飞行表演多元化融入，为文旅演艺增色，目前已成功完成飞行表演任务15场，以独特的浪漫让青岛的夜空更加绚烂，让更多市民游客对奥帆美景过目不忘。

——塑强竞争力。过去一年，演艺公司建立起线上新媒体宣传矩阵，

链接海上旅游、文化艺术赛事、商业活动、艺术教育与艺术交流平台建立等多维领域，通过业态延展与业态融合带动品牌升级，实现“以商招商，结链成群”的良性循环，打造具有核心竞争力的现代化文旅产业体系。

500场演出背后，《寻梦沧海》的诗意呈现凝练着在地文化的新表达，构筑着城市文化的强磁场。这既是一场新的开启，更是一次没有暂停键的“自我超越”。2025年，青岛旅游集团文化演艺有限公司也将更多赛道上全新启航，推动旅游品质提升，促进文旅消费升级，紧跟全市布局创新书写文化旅游这篇大文章。