



# 上海推出首个常态化运营的数万人级户外演出场地

## 冬日暖阳里，前滩音乐节「激情首秀」



■ 众多乐迷汇聚黄浦江畔，共同点燃都市音乐狂欢  
本报记者 徐程 摄

### “多声部”合力

当天公作美，阳光和煦，气温也有所回升。来到前滩体育公园，音乐的“热浪”和歌迷的热情扑面而来。当天的首演，集结了伯远、Capper、LBI利比、鹭卓、蒲熠星、Tizzy T、卓沅、周兴哲等当红音人，流行、说唱、民谣等多元风格碰撞，带来全方位的视听盛宴。

在一些社交媒体上，不少歌迷早就做好攻略、有备而来。“从早上7时就有歌迷‘全副武装’，提早排队抢占有利位置，和自己心仪的歌手近距离‘面对面’。”有关负责人告诉记者。“我第一次看这种露天演唱会，和我想象中一样氛围感十足，歌星都是我平时喜欢的，以后有机会还想来。”刘馨怡兴奋地表示。家住浦东花木的观众刘女士花了580元买了门票赶来，“今天阳光很好特别适合露天音乐节，能在‘家门口’看到这样的音乐节很方便，氛围很好，很有松弛感”。

在寸土寸金的滨江地带，“无中生有”地辟出一个可容纳数万人的大型户外音乐节场地，其难度不亚于“螺蛳壳里做道场”，不仅要细致入微地服务好众多乐迷的现实需求，更要与周边的社区、居民形成和谐共享的生态。交通、停车、安全、应急……每一项都是牵一发而动全身的系统工程。

为托举3万到5万人规模的户外音乐节在中心城区顺利落地，浦东新区第一时间组建多部门参与的工作专班，并设立常态化现场指挥部，以跨前一步的主动、多做一点的协同，展现城市治理的“多声部”合力。

歌迷小张告诉记者，“今天从轨交东方体育中心站出来，就看到标识，一路引导我到短驳乘车点。只见前面已经排了很多等待的人，我等了十分钟左右乘上公交车，下午1时54分顺利抵达演出现场”。

浦东公安分局治安管理支队大型活动安全管理大队民警蔡李良介绍，现场总共安排了3000余名安保力量维护秩序。内场观演区域被合理划分为8块，而且每个入口仅允许所在区域的观众进入，确保每一个观演区域的人数平均合理。

### 引领区速度

时间回溯到今年夏天，当“上海的中心城区——世博前滩能否打造一个满足3万—5万人规模、比肩国际国内一流户外音乐节的大型户外演出场地”的命题，摆到浦东面前时，演出定位、交通保障、应急疏散、商业配套、运营测算、压力测试等一系列问题随之而来。

而从“施工图”到“实景画”，浦东仅用时3个月，即实现顶级场地与顶级IP的从无到有、珠联璧合，填补了上海中心城区长期以来缺少高水准的大型户外演出场地的空白。

“接到任务后，我们感受到了前所未有的紧迫感和使命感。”浦东新区区委宣传部(文体旅游局)相关负责人回想起当时的场景还历历在目。引领区速度，即刻启动。市区有关部门上下联动、紧密配合，区域开发主体陆家嘴集团主动担当，多家专业机构及头部演艺经纪公司共同参与，共同组建跨领域、高规格的联合“突击尖兵”。

论证、模拟、测算、规划……各项工作以“并联”方式高速推进。仅一个月时间，浦东就拿出了全面的可行性报告，对标美国科切拉音乐节、英国O2音乐节、韩国仁川摇滚音乐节、常州太湖湾音乐节等全球前50的顶级户外演出活动，经综合考量，“上海前滩音乐节”定位为举办以流行音乐为主的大型户外演唱会。

与此同时，占地约23万平方米的前滩体育公园启动关键硬件改造。这里原是拥有7片足球场和2片网球场的运动休闲空间，一系列改造工程以前所未有的效率落地。

一次成功的音乐节，一流场地是“硬件”，优质艺人则是“软件”。“许多艺人往往需要提前8个月就要锁定档期，但留给浦东的只剩下短短一个月时间。”浦东相关部门几乎踏遍了北京等地主要演艺公司的门槛，成功打动本次主办方“华人音乐”。从达成意向到签约进场，仅用时两周。

### 音乐节雄心

“上海前滩音乐节”的雄心，远不止一场演出。华人演艺旗下蕴华文化总经理余飞菲表示：“我们不仅是举办音乐节、演出，更是文体商旅联动的一个创新的业态。本次音乐节首次在前滩地区成功举办，背后有着深远的意义，希望能通过音乐节，让文化体育联动的业态在前滩地区蓬勃发展起来，努力成为‘亚洲户外演艺的新标杆’。”

根据排期，2026全年前滩音乐节预计再迎20场大型户外演出，这意味着数十万乃至上百万年轻消费群体将汇聚于此。它将与梅赛德斯-奔驰文化中心、前滩31、东方体育中心等众多标杆文体场馆相互错位、协同互补，共同形成世界级演艺集群，提升浦东乃至上海的消费能级和演艺生态。

本报记者 宋宁华

当冬日的暖阳洒向静安体育中心，这座城市的电竞脉搏再次强劲跳动。2025年12月3日—7日，上海电竞大师赛如期而至。近百名中外顶尖选手齐聚一堂，在《决胜巅峰》《无畏契约》《守望先锋》《第五人格》四个项目的竞技舞台上展开较量。

作为全球首个由政府主导、以城市命名的综合性电竞赛事，这场走过五个年头的赛事，正悄然完成从“规模扩张”到“品质深耕”的战略转型。

### 从“求项目”到“挑项目”

今年大师赛最引人注目的变化，是项目设置的“精品化”转型。赛事从过去的“4+N”表演赛模式，精简为四个正式比赛项目——改昔日的“海纳百川”，赛事开启了“精雕细琢”的新篇章。

“今年有超过10个项目申请加入大师赛，但我们只选择了4个。”上海市电子竞技运动协会秘书长朱沁沁坦言，这种从“求项目”到“挑项目”的转变，标志着赛事运营思路的成熟。选择标准不仅考虑项目的流行度，更注重其成长性、粉丝基础以及与城市的关联度。

《决胜巅峰》项目的首次亮相，便是这一策略的生动体现。作为2026年爱知-名古屋亚运会新增电竞项目，这款由上海本土企业沐瞳科技研发的游戏，在全球拥有超过15亿用户。它的入选，不仅因其竞技前瞻性，更因其“上海智造”的标签——这契合了上海从“赛事举办中心”向“研发、发行等上游环节延伸影响力”的产业布局思路。

比赛中，来自蒙古国的The MongolZ战队选手Shenlynn表达了对代表国家出战亚运会的期待，而最终夺冠的广州GZG战队则感慨：“这次在上海的收获，让我们可以充满信心出征世界总决赛。”这些声音表明，上海大师赛正在成为各国选手备战国际大赛的重要练兵场。

在电竞领域，厂商主导的商业联赛一直是主流模式。第三方赛事往往面临选手、IP、数据等核心资源受制于厂商的困境。上海电竞大师赛作为政府主导的城市IP赛事，其五年探索之路，正是一场持续的破壁之旅。

这种突破带来了实际成效。《无畏契约》项目汇聚了国内EDG、FPX、TE、BLG四支顶级俱乐部的主力阵容，“中国德比”的精彩对决让解说感叹“比赛内容已近似VCT联赛水平”。

赛事数据的增长也印证了其影响力提升：9个直播平台累计直播时长近300小时，收视人群超过1200万；微博相关话题累计产生超过80万条原创内容；抖音赛事相关短视频播放量突破5亿次，其中单项目精彩操作集锦单条最高播放量超过2000万次。

### 从办比赛到促消费

赛场内的激烈对抗只是故事的一半。今年大师赛最具创新意义的尝试，是在赛事之外构建起丰富的文化消费场景。

静安体育中心外场的“数字共生”文化市集，将海派旗袍盘扣制作、古法唐香等非遗体验，与游戏厂商的互动展区巧妙融合。观众通过“段位卡”参与活动积累积分，可兑换限定周边或赛事门票。这种设计打破了传统“观赛”的单一模式，将电竞赛事转化为可探索、可体验的城市文化事件。

消费端的创新同样值得关注。赛事首次被纳入上海市“乐动上海”消费券使用目录，68元的亲民票价进一步降低了观赛门槛。凭赛事票根，观众可在静安区多家商户享受消费优惠。大宁音乐广场等商圈设立的“第二现场”，以及静安区久光中心那面被改造为动态电竞视觉的“痛楼”玻璃幕墙，都将电竞文化符号深度植入城市公共空间。

上海电竞大师赛的成功，不仅是竞技层面的胜利，更是经济赋能的典范。数据显示，2025年上半年，上海电竞产业收入达32.54亿元，同比增长6.91%。这种经济拉动效应背后，是上海电竞产业的整体繁荣。根据《2025年中国电子竞技产业报告》，上海集中了全国19.2%的线下赛事，拥有38家电竞俱乐部，两项数据均位列全国第一。

### 从初创造到再升级

走过五年历程的上海电竞大师赛，正站在新的起点上。

朱沁沁透露，明年赛事将酝酿全面升级：“赛事周期需要延长，覆盖更多能够吸引关注的时间段。队伍的量级要提升，顶尖战队、全部主力，全力以赴。”

今年8月，拳头游戏宣布2026年《无畏契约》全球冠军赛落地上海，这意味着上海将成为全球首个集齐DOTA2国际邀请赛、英雄联盟全球总决赛和《无畏契约》全球冠军赛三大世界级赛事的主办城市。

当电竞赛与网球大师赛、F1中国大奖赛等传统国际体育赛事共同构成上海“赛事之都”的名片，这座城市正在探索一条独特的体育产业发展路径。通过自主赛事IP的打造，不仅为电竞产业开辟了新的增长空间，也为城市文化消费注入了新活力。



■ 上海电竞大师赛  
守望先锋半决赛，T1战队正在比赛中  
本报记者 李铭珅 摄

# 新的起点上，电竞大师赛「决胜巅峰」

城市自主IP赛事重塑『全球电竞之都』新格局