

“粉丝”千里奔赴 《双城之战》魔都火爆出圈

专业团队打磨 优质市场培植 年轻观众托举 开拓出沉浸式演艺IP的破圈之路

3月10日，全球首部浸入式音乐秀《双城之战》上海首演，受到众多“动画原著粉”的追捧。剧作上演后，跨省

观演比例高达54%，18~29岁年轻观众占比超66%，小红书相关讨论超2万条，全网话题曝光破3亿。

这部沉浸式演艺IP为何在上海火爆出圈？《双城之战》制作人、上海文广演艺(集团)有限公司副总裁赵晨琳表示，上海作为亚洲演艺之都，拥有全国最优质的演艺消费市场和最完整的演艺创制产业链，汇聚了全国最顶尖的演艺人才，政府对演艺产业、文旅融合的支持力度大，城市配套完善，能承接“观演+住宿+餐饮+社交”的一站式消费需求，是“为一部戏，奔赴一座城”的首选之地。

青年报记者 冷梅



《双城之战》海报。

观剧记

打“飞的”来上海看《双城之战》，她说：值得

3月10日，全球首部浸入式音乐秀《双城之战》在上海正式首演。当广州95后观众英山为了心中的IP之王，拖着行李箱，跨越千里奔赴上海；当染着标志性的蓝发、身着角色服饰的“粉丝”挤满剧场，跟着金克丝(Get Jinxed)嘶吼；当未做海外宣发，却有大批韩国、欧美“粉丝”跨国打卡，这部首演上线不足一月的浸入式音乐秀，早已跳出普通演艺项目的范畴，成为一场跨越地域、圈层的青春文化狂欢。

“我真的从来没想到，自己会有有一天打‘飞的’来上海，就为了一部戏，而且一天连刷两场，哭到脱妆，走出剧场还久久缓不过来。”27岁的英山，是一名品牌策划，也是追完《双城之战》两季动画、收藏了两套黑胶银胶唱片的IP“死忠粉”。对她而言，金克丝、蔚两姐妹的命运纠葛，是藏在心底最柔软的执念。而3月21日这场跨越千里的奔赴，是她人生中第一次“为戏赴城”，也是彻底打破自己消费观的一次冲动。

英山说：“以前我总觉得，为了一部戏跨省追演，是很奢侈的事，我绝对不会做这种事。”可刷到《双城之战》音乐秀的内测视频，看到陈彦羽饰演的金克丝片段，听到熟悉的旋律响起，她瞬间“破防”，抑制不住冲动。首演开票后，她毫不犹豫抢了3月21日午场和晚场两张票。赴约那天，她换上珍藏的金克丝联名T恤，精心画好同款烟熏妆，踏上了这场专属“粉丝”的奔赴之路。

走进剧场的那一刻，所有的纠结、忐忑、挑剔，瞬间被扑面而来的氛围感击碎。没有传统镜框式舞台的疏离，昏暗的灯光、破败又充满质感的祖安场景、隐约传来的动画原声旋律，身边全是同好——有人染了蓝发，有人穿着“双城”风格的衣服。虽然大家都戴着面具，但是每个人眼里都闪着光，那种独属于圈层的默契与热烈，一下子就让人包裹住。“我当时就觉得，来对了，这不是一场普通的演出，是我们所有‘双城’



染着标志性蓝发的“粉丝”等待观看《双城之战》。

青年报记者 冷梅 摄

‘粉丝’的情怀落地，是一次与金克丝最真切的拥抱。”

餐桌上的对峙、金克丝误杀希尔科、范德尔与两姐妹的温暖拥抱……一个个戳心的名场面在眼前真实上演。“我知道所有剧情，知道每一个转折点，可当这些画面真实

出现在我面前，我还是控制不住地难过，这是一场彻头彻尾的悲剧，我跟着角色一起心痛，跟着角色一起遗憾。”这场原本带着批判心态而来的观演，最终让她给出了90分的超高分。“扣掉的10分，是因为有几个喜欢的角色戏份被砍，有点遗憾，但整体

已经超出预期太多，作为原著粉，我真的太满足了。”

散场后，英山在社交媒体写下自己的“repo”，瞬间引来很多同好的共鸣。“为了‘双城’，千里奔赴，值了！这是青春的圆满，以后，还要打‘飞的’再来！”



观众愿意为优质内容“买单”。图为青年观众排队等待观演《双城之战》。
青年报记者 冷梅 摄

记者手记

优质内容才是硬通货

连续参与音乐秀《双城之战》内测与首演现场，亲身走进祖安与皮城的沉浸式空间，亲眼见证了“粉丝”的热泪与欢呼。当下的Z世代，他们愿意为热爱买单，愿意跨越山海奔赴一场精神盛宴，他们挑剔、较真，绝不允许心中的IP被辜负，可一旦感受到诚意与用心，便会毫无保留地付出热爱。

《2024中国沉浸式产业发展白皮书》显示，2024年全国沉浸式演艺总票房近20亿元，观众规模突破1200万人次，市场快速增长的同时，也面临同质化、产能过剩、重形式轻内容的困境，不少项目盲目跟风，最终沦为市场泡沫。而《双城之战》的出现，恰好为行业指明了出路：沉浸式的核心，从来不是形式上的沉浸式，而是代表着内容、情感与创新。从《不眠之夜》的引

进启蒙，到《双城之战》的原创新破圈，中国沉浸式产业的发展之路——从借鉴到原创，从跟风到引领，从本土爆款到全球破圈，这条路的核心，是坚守内容初心，是贴近年轻受众，是不断创新突破。

AI时代，线上内容唾手可得，可年轻人反而更渴望线下的真实体验。这种不可复制的线下体验，是沉浸式演艺的核心竞争力，也是文化产业永远不会被替代的价值。

“为一部戏，奔赴一座城”，这句话看似浪漫，背后是优质内容的吸引力，是年轻人对热爱的执着，更是中国文化产业创新发展的缩影。中国沉浸式演艺正在摆脱跟风噱头，走向内容深耕，越来越多像《双城之战》一样的作品，正在用诚意与用心，打动年轻观众，走向全球舞台。

新闻背景

上海积极打造世界演艺之都

上海正在打造世界演艺之都。上海不仅汇聚了全国顶尖的演艺人才，还有着高密度的剧院群。在上海大剧院、上海文化广场等地标性的大剧场中，上演着各类大中型剧目。而在深入上海毛细血管的演艺新空间里，一批为小剧场量身定制的小型剧目，也在如火如荼地上演。专业剧场和演艺新空间相辅相成，共同抬起了上海演艺市场的火焰。

上海演艺观众中，35岁以下占近80%。“为一部剧奔赴一座城”已从一句宣传语逐渐成为现实。在微博、小红书、抖音等社交媒体，来魔都看戏成为外地游客打卡上海的一部分。

时尚新潮的90后、00后扎堆于演艺市场，带来的巨大流量，让商圈的餐饮、购物等业态都被盘活，夜间经济被点亮。随着新场地、新内容、新业态的不断拓展，年轻观众观演习惯的不断培育，上海演出市场将不断发展，成为流量经济的入口、服务消费的引擎。

时尚新潮的90后、00后扎堆于演艺市场，带来的巨大流量，让商圈的餐饮、购物等业态都被盘活，夜间经济被点亮。随着新场地、新内容、新业态的不断拓展，年轻观众观演习惯的不断培育，上海演出市场将不断发展，成为流量经济的入口、服务消费的引擎。

时尚新潮的90后、00后扎堆于演艺市场，带来的巨大流量，让商圈的餐饮、购物等业态都被盘活，夜间经济被点亮。随着新场地、新内容、新业态的不断拓展，年轻观众观演习惯的不断培育，上海演出市场将不断发展，成为流量经济的入口、服务消费的引擎。

访谈

从引进到原创，沉浸式IP缘何诞生于上海？

浸入式音乐秀《双城之战》上线不足一月，未做海外推广，却迎来大批韩国、欧美观众跨国打卡，全网口碑持续走高，豆瓣评分8.4，猫眼评分9.9，成为上海继《不眠之夜》热演十年之后，又一张沉浸式演艺新名片。作为《不眠之夜》与《双城之战》两个项目制作人，上海文广演艺(集团)有限公司副总裁赵晨琳亲历了中国沉浸式产业从无到有、从引进到原创的全过程。通过对谈，我们希望能拆解这部作品的破圈密码，探寻上海沉浸式演艺发展的核心逻辑，剖析从IP引进到原创落地的“爆款成功学”。

青年报：《双城之战》首演不到一个月，热度和口碑远超预期，甚至没做海外宣发，就有大量韩国、欧美“粉丝”跨国来看，破圈的原因是什么？
赵晨琳：首先一定是IP的全球共情力，《双城之战》动画本身就是全球现象级作品，横扫所有国际动画大奖，英雄联盟在韩国、欧美拥有海量核心“粉丝”，这个IP的世界观、角色情感、故事内核，是能跨越地域、语言，打动全球年轻人的。

但更核心的，是我们做到了IP与沉浸式的深度融合，而非简单叠加。《双城之战》的改编并不是“没有灵魂的场景复刻、剧情照搬”，我们把动画里的角色情绪、人物羁绊、“双城”的矛盾与温暖，全部搬到了线下，让观众不是“看”故事，而是“走进”故事。海外“粉丝”过来，不是单纯追IP，是认可我们的创作，认可中国团队打造的沉浸式品质，这是最让我们欣慰的。

青年报：从2016年引进《不眠之夜》，到如今原创《双城之战》，走过十年。《不眠之夜》的经验体系，如何在《双城之战》项目进行迁移、改良与全新迭代？
赵晨琳：这十年，是中国沉浸式产业从“启蒙”到“成熟”的十年，也是我们团队从“学习者”到“创造者”的十年。

青年报：为什么《双城之战》这样的“巨无霸”沉浸式IP，能率先在上海诞生？上海的优势是什么？
赵晨琳：上海能成为中国沉浸式演艺的

空间营造、动线设计、观演关系，让观众第一次感受到，原来看戏不用坐着看，可以站起来、探索起来、沉浸起来。《不眠之夜》十年演出超2500场，吸引70万名观众，带动超百亿元产业价值。它最大的价值，一是培养了一批审美挑剔、懂沉浸式的观众，二是打磨出一支专业的创作、制作、运营团队，积累了空间打造、多线叙事、观众动线调度的核心经验，这是我们做原创的底气。

到《双城之战》，是彻底的转型——从“海外IP引进本土化”，转向“中国主控原创全球IP”，这是从0到1的突破，没有任何前人经验可借鉴。我们把《不眠之夜》的核心经验做了针对性升级：比如空间营造上，《不眠之夜》是偏复古、舞蹈化的沉浸式，而《双城之战》结合音乐秀属性，打造更具年轻态、更有视觉冲击力的双城场景；空间设计上，首创了一个主舞台多个副舞台的模式，让观众可以在锁定主舞台大场面和探索副舞台多故事线间自由选择；观演关系上，《不眠之夜》偏抽象舞蹈叙事，而《双城之战》加入现场演唱、台词、街舞，更贴合年轻观众的习惯，情感表达更直接。

青年报：为什么《双城之战》这样的“巨无霸”沉浸式IP，能率先在上海诞生？上海的优势是什么？
赵晨琳：上海能成为中国沉浸式演艺的

空间营造、动线设计、观演关系，让观众第一次感受到，原来看戏不用坐着看，可以站起来、探索起来、沉浸起来。《不眠之夜》十年演出超2500场，吸引70万名观众，带动超百亿元产业价值。它最大的价值，一是培养了一批审美挑剔、懂沉浸式的观众，二是打磨出一支专业的创作、制作、运营团队，积累了空间打造、多线叙事、观众动线调度的核心经验，这是我们做原创的底气。

到《双城之战》，是彻底的转型——从“海外IP引进本土化”，转向“中国主控原创全球IP”，这是从0到1的突破，没有任何前人经验可借鉴。我们把《不眠之夜》的核心经验做了针对性升级：比如空间营造上，《不眠之夜》是偏复古、舞蹈化的沉浸式，而《双城之战》结合音乐秀属性，打造更具年轻态、更有视觉冲击力的双城场景；空间设计上，首创了一个主舞台多个副舞台的模式，让观众可以在锁定主舞台大场面和探索副舞台多故事线间自由选择；观演关系上，《不眠之夜》偏抽象舞蹈叙事，而《双城之战》加入现场演唱、台词、街舞，更贴合年轻观众的习惯，情感表达更直接。

青年报：为什么《双城之战》这样的“巨无霸”沉浸式IP，能率先在上海诞生？上海的优势是什么？
赵晨琳：上海能成为中国沉浸式演艺的

空间营造、动线设计、观演关系，让观众第一次感受到，原来看戏不用坐着看，可以站起来、探索起来、沉浸起来。《不眠之夜》十年演出超2500场，吸引70万名观众，带动超百亿元产业价值。它最大的价值，一是培养了一批审美挑剔、懂沉浸式的观众，二是打磨出一支专业的创作、制作、运营团队，积累了空间打造、多线叙事、观众动线调度的核心经验，这是我们做原创的底气。

到《双城之战》，是彻底的转型——从“海外IP引进本土化”，转向“中国主控原创全球IP”，这是从0到1的突破，没有任何前人经验可借鉴。我们把《不眠之夜》的核心经验做了针对性升级：比如空间营造上，《不眠之夜》是偏复古、舞蹈化的沉浸式，而《双城之战》结合音乐秀属性，打造更具年轻态、更有视觉冲击力的双城场景；空间设计上，首创了一个主舞台多个副舞台的模式，让观众可以在锁定主舞台大场面和探索副舞台多故事线间自由选择；观演关系上，《不眠之夜》偏抽象舞蹈叙事，而《双城之战》加入现场演唱、台词、街舞，更贴合年轻观众的习惯，情感表达更直接。

青年报：为什么《双城之战》这样的“巨无霸”沉浸式IP，能率先在上海诞生？上海的优势是什么？
赵晨琳：上海能成为中国沉浸式演艺的

空间营造、动线设计、观演关系，让观众第一次感受到，原来看戏不用坐着看，可以站起来、探索起来、沉浸起来。《不眠之夜》十年演出超2500场，吸引70万名观众，带动超百亿元产业价值。它最大的价值，一是培养了一批审美挑剔、懂沉浸式的观众，二是打磨出一支专业的创作、制作、运营团队，积累了空间打造、多线叙事、观众动线调度的核心经验，这是我们做原创的底气。

到《双城之战》，是彻底的转型——从“海外IP引进本土化”，转向“中国主控原创全球IP”，这是从0到1的突破，没有任何前人经验可借鉴。我们把《不眠之夜》的核心经验做了针对性升级：比如空间营造上，《不眠之夜》是偏复古、舞蹈化的沉浸式，而《双城之战》结合音乐秀属性，打造更具年轻态、更有视觉冲击力的双城场景；空间设计上，首创了一个主舞台多个副舞台的模式，让观众可以在锁定主舞台大场面和探索副舞台多故事线间自由选择；观演关系上，《不眠之夜》偏抽象舞蹈叙事，而《双城之战》加入现场演唱、台词、街舞，更贴合年轻观众的习惯，情感表达更直接。

青年报：为什么《双城之战》这样的“巨无霸”沉浸式IP，能率先在上海诞生？上海的优势是什么？
赵晨琳：上海能成为中国沉浸式演艺的

空间营造、动线设计、观演关系，让观众第一次感受到，原来看戏不用坐着看，可以站起来、探索起来、沉浸起来。《不眠之夜》十年演出超2500场，吸引70万名观众，带动超百亿元产业价值。它最大的价值，一是培养了一批审美挑剔、懂沉浸式的观众，二是打磨出一支专业的创作、制作、运营团队，积累了空间打造、多线叙事、观众动线调度的核心经验，这是我们做原创的底气。

到《双城之战》，是彻底的转型——从“海外IP引进本土化”，转向“中国主控原创全球IP”，这是从0到1的突破，没有任何前人经验可借鉴。我们把《不眠之夜》的核心经验做了针对性升级：比如空间营造上，《不眠之夜》是偏复古、舞蹈化的沉浸式，而《双城之战》结合音乐秀属性，打造更具年轻态、更有视觉冲击力的双城场景；空间设计上，首创了一个主舞台多个副舞台的模式，让观众可以在锁定主舞台大场面和探索副舞台多故事线间自由选择；观演关系上，《不眠之夜》偏抽象舞蹈叙事，而《双城之战》加入现场演唱、台词、街舞，更贴合年轻观众的习惯，情感表达更直接。

青年报：为什么《双城之战》这样的“巨无霸”沉浸式IP，能率先在上海诞生？上海的优势是什么？
赵晨琳：上海能成为中国沉浸式演艺的

空间营造、动线设计、观演关系，让观众第一次感受到，原来看戏不用坐着看，可以站起来、探索起来、沉浸起来。《不眠之夜》十年演出超2500场，吸引70万名观众，带动超百亿元产业价值。它最大的价值，一是培养了一批审美挑剔、懂沉浸式的观众，二是打磨出一支专业的创作、制作、运营团队，积累了空间打造、多线叙事、观众动线调度的核心经验，这是我们做原创的底气。

到《双城之战》，是彻底的转型——从“海外IP引进本土化”，转向“中国主控原创全球IP”，这是从0到1的突破，没有任何前人经验可借鉴。我们把《不眠之夜》的核心经验做了针对性升级：比如空间营造上，《不眠之夜》是偏复古、舞蹈化的沉浸式，而《双城之战》结合音乐秀属性，打造更具年轻态、更有视觉冲击力的双城场景；空间设计上，首创了一个主舞台多个副舞台的模式，让观众可以在锁定主舞台大场面和探索副舞台多故事线间自由选择；观演关系上，《不眠之夜》偏抽象舞蹈叙事，而《双城之战》加入现场演唱、台词、街舞，更贴合年轻观众的习惯，情感表达更直接。

青年报：为什么《双城之战》这样的“巨无霸”沉浸式IP，能率先在上海诞生？上海的优势是什么？
赵晨琳：上海能成为中国沉浸式演艺的

结婚启事
2026年3月30日 星期一 丙午年辛卯月癸卯日
新郎 李晋 新娘 周凯欣
良缘永结，同心相守！
敬告亲友，亦作留念婚告
喜结良缘 同喜共贺

结婚启事
2026年3月30日 星期一 丙午年辛卯月癸卯日
新郎 李晓雷 新娘 王昊予
千仞历2026年3月30日喜结连理，
依法登记，永结同心。愿平安喜乐，岁岁相依。
特此登报，敬告亲友，以作永恒纪念。
喜结良缘 永结同心