

2026年4月29日 星期三 责编 杨炯 版式 吕燕 校对 汪智博

TANEU
天府新视界

佛山千禧奇迹音乐节取消、桂林奇幻乐园音乐节取消、广州洋葱飞船音乐节取消、武汉仙人掌音乐节取消……“五一”临近，立夏未至，乐迷们没盼到“乐队的夏天”，倒迎来了“音乐节的冬天”。据不完全统计，进入4月，已有10场音乐节宣布取消或延期。为何在这本该“狂热”的季节，音乐节却频频取消或延期？不能说这个模式失效了，更不能说以音乐节为代表的情绪消费过气了。恰恰相反，音乐节遇冷，是一种过热后的回调。

同质化办节让观众失去期待

从缘起看，源于20世纪中期的现代音乐节，最初可能就是相对小众的“节日”。既是“节”，必有其主题，至少，听众对初代音乐节有共同的价值认同。也因此，随着专业现代音乐节不断发展、分化，音乐节的服务对象，愈发趋向于那些把音乐作为生活方式的垂类观众。只是近年来，从综艺《乐队的夏天》爆火，到年轻人愈发重视情绪消费、悦己消费，音乐节逐渐大众化，甚至不少地方打着“带动文旅”的算盘，为造节而造节，让音乐节市场井喷。音乐节忙着过节，音乐本身却被忽略。

入场的多了，引发多重效应。

一方面，是水准良莠不齐。很多新入场的资本方，缺少专业领域的深耕，认知上，觉得音乐节不过就是圈地请人、拼盘演唱；目的上，更是以赚钱为核心目标。殊不知，音乐节的要求绝不是粗放的。首先，在请艺人环节，如果初入行业、人生地不熟，请到高知名度艺人门槛就很高；而在服务环节，由于音乐节是露天的，没有固定座位，动辄十几个乐队、十几个小时的表演，现场从硬件到软件，都要够“硬”。否则，就像很多网友吐槽的，一场音乐节十几个小时日晒雨淋下来，自己喜欢的艺人只唱不到半小时，金曲可能只有寥寥几首，吃也吃不好，玩也玩不好，最后只有朋友圈的“假热泪”和社交媒体的真吐槽。更有甚者，近年来，一些音乐节上，乐迷随身物品被盗事件频发，2023年某地一场音乐节下来，警方核实的盗窃案就达65起。落后的硬件、粗放的管理，热闹背后，乐迷们对音乐节的期待分值，恐怕早已扣到及格线下。

另一方面，竞争更加白热化。音乐节市场，愿意参与的知名乐队并不多，导致“僧多粥少”，供不应求下，艺人出场费水涨



4月25日，天府艺术公园举行的金牛热音LIVE湖畔音乐会。成都市金牛区文旅局供图

音乐节该如何“度冬迎夏”

□刘志杰



2026 潍坊市西瓜品质提升大赛暨昌乐西瓜音乐节盛况。图据新华社客户端



2026年4月12日晚，第41届上海之春国际音乐节闭幕演出《魔笛》。图据新华社客户端

及时止损，不能总在卖票之后。反思，应在决定办节的那一刻就开始。现实已经教育了很多人，音乐节不是简单的歌唱拼盘，不是只管投入就一定能回本的“摇钱树”。在这个遍地都是演唱会、城市露天音乐会的时代，它更加考验主办方的运营能力，考验一个品牌的差异调性。

所以，音乐节，该如何“度冬迎夏”？

音乐节，其实依然是情绪消费、悦己消费。至少在服务上，要照顾情绪而不是消耗情绪，那些让消费者反感的“黄牛炒票”行为要严厉打击，那些让消费者难受的园内体验要彻底改进。没有人喜欢花钱买罪受，总不能让消费者身在“节”内，吃不好、坐不了、站不住，甚至财产安全都堪忧吧。

“情绪”有不同起落，“悦己”也分差异喜好。音乐节要摆脱同质化，根本上还是要找到自己的特色，找准细分赛道，否则，很可能两头不讨好。若聚焦音乐发烧友，硬件上至少应对标演唱会的各种效果和水平，软件上更要体现专业，真正以节之名，筛选出优秀的乐队；若聚焦“尝鲜”的消费者，则可能无需以太多“知名”为噱头，在“十五分钟都市圈”，以更高性价比、更便捷的入场门槛，邀请更多人和音乐邂逅。最近几年，成都多个公园打造“公园音乐会”，例如，天府艺术公园每周六都会举办“金牛热音LIVE”湖畔音乐会，轻量级的现场，依旧能给人带来沉浸式的体验。这些方式，既给更多音乐人以舞台，也让整个城市沉浸在音乐中。音乐，本该就是一种生活方式。

艺术最需走心。相信回归冷静的音乐节，总会找到自己的观众。

据“天府新视界”微信公众号

2

情绪消费更需要走心运营



2025年10月举办的泸州酒会·银河左岸音乐节吸引了10万人参与。主办方供图

船高，也是市场规律。与此同时，由于各大音乐节能请到的人差不多，同质化办节，让观众失去期待。

主办方虽付出更多成本，消费者却难获更好的体验。音乐节市场，陷入了一种同质化“内卷”。加上这些年，“黄牛高价炒票”等各种乱象，更加透支了市场信任。最终，消费者捂紧钱包观望，以营利为目的的主办方担心亏本，相看两厌，不如急流勇退。可以料想，这种“取消潮”，还会进一步强化观望情绪，延后消费者抢票和出行安排，让行业陷入恶性循环。

兴业银行成都分行 深耕养老金融，再获全国“敬老文明号”

继2016年荣获全国“敬老文明号”后，兴业银行成都分行下辖青羊支行、绵阳分行、德阳分行再度摘得该项国家级荣誉，成为四川省唯一获此殊荣的全国性股份制商业银行。

近年来，成都分行将养老金融作为战略重点，以“安愉人生”品牌为载体，统筹推进适老化改造与服务升级。全川建成21家养老金融服务中心、86家服务站，配备无障碍通道、跌倒报警等设施；打造“安愉学堂”“安愉食堂”“健康小屋”等特色场景，开展“安愉梦想秀”等活动，实现老有所学、所乐、所依、所为。同时，落地第三代社保卡发行资格，提供上门办卡等便民服务；拍摄原创反诈宣传片，守护老年客户“钱袋子”。未来，分行将持续深化养老金融服务，为构建老年友好型社会贡献“兴业温度”。

◎ 华西都市报副刊“少年派”定位于亲子共读刊物，设有作文版、少儿新闻版、科普读物版、漫画版，每周星期一至星期五，都有精彩好看的内容呈现。
◎ 让有温度的纸质阅读，助力孩子养成良好阅读习惯，提升核心素养。

订阅热线：028-86969110
大家也可以通过微信小程序中国邮政微商城搜索《华西都市报》，即可订阅。
欢迎小朋友向我们投稿！投稿邮箱：shaonianpai@thecover.cn
你投来的每一篇文章，都有机会被大家看到！快来投稿吧！