

从音乐节到万人古典交响

成都露天音乐公园如何撬动文旅消费？



成都，城北三环。一座以音乐为灵魂的城市文旅地标——成都露天音乐公园悄然崛起。9月18日，文旅融合高质量发展集中采访活动走进位于成都市金牛区的成都露天音乐公园。这座2019年建成投用的城市公园，多年来以高品质演艺为核心，串联文旅消费、休闲运动、产业集聚多元场景。

作为成都标志性音乐主题城市公

园，成都露天音乐公园打破了传统公园单一休闲的边界，构建起全维度、多层次的演艺空间体系。公园核心主舞台可容纳4.7万名观众，拥有顶尖的户外声学设计，让自然声场与舞台音效完美交融，打造出音乐与自然对话的独特体验。

同时，公园配套多个主题景观剧场与专业交响乐室内演奏厅，填补了城市缺乏户外大型演艺且兼具室内高雅艺术的场景空白，实现流行与古典共生、户外与室内互补的演艺格局。

开园以来，成都露天音乐公园已落地各类高品质文体商旅活动400余场，接待观众、游客近千万人次。许巍、华晨宇等知名歌手演唱会，草莓、太空奇

缘、Creamfields等顶流音乐节轮番上演，王者荣耀嘉年华、汽车品牌发布会、省级跨年晚会、国际钢琴演奏会等多元活动落地于此，涵盖音乐演艺、潮流节庆、商业发布、体育赛事等多个领域。

“公园不是单一的演出场地，更是全时段、全链条的城市消费与文化交流空间。”成都城投露天音乐公园运营有限公司董事长廖力表示，不同于短时聚集、即刻散场的室内演艺模式，音乐节等户外演艺活动时长更长、体验自由度更高，游客往往全天停留，自然带动餐饮、休闲、消费等多元场景落地，是文旅消费深度融合的优质载体。

依托优质演艺流量，金牛区创新落

地票根经济新模式，打破“看完即走”的文旅消费痛点。今年6月，在这里举办的成都草莓音乐节，联动金牛区50余家本地商户、酒店、文创门店，推出票根专属吃住游购优惠，将演艺人流转化为城市消费增量。

据廖力透露，今年两场大型音乐节分别带动片区近亿元产业收入，实现一场活动激活一片经济的乘数效应。与此同时，依托公园载体，金牛区持续做强“凤凰乐市”“凤凰山超级周末”特色IP，年均举办节会300余场，接待游客超600万人次，构建起赛事演艺、潮玩市集、生态休闲一体的城市活力空间。

华西都市报-封面新闻记者 柴枫桔

封面新闻-华西都市报 连续10年上榜《亚洲品牌500强》

华西都市报讯（记者 马婉妮）9月20日，亚洲品牌大会在中国香港召开。主办方世界品牌实验室(World Brand Lab)在会上发布了2026年（第二十一届）《亚洲品牌500强》年度报告，共有20个国家和地区的超级品牌入选，三星、腾讯、丰田名列前三，占据榜单前十名的还有海尔、华为、索尼、台积电、SK、中国工商银行和LG。封面新闻-华西都市报连续10年登榜，位列总榜单第399位。本届亚洲品牌大会主题为“人工智能(AI)时代的品牌领导力”。

AI影响力纳入测评体系 亚洲品牌竞争迎来范式变革

《亚洲品牌500强》的评判标准是品牌的亚洲影响力。世界品牌实验室学

术委员会主席、牛津大学教授斯蒂芬·沃格介绍，评价亚洲品牌影响力的基本指标包括市场占有率、品牌忠诚度和亚洲领导力。值得一提的是，世界品牌实验室今年首次将AI影响力指数纳入评估体系，较高的AI影响力说明品牌在AI生态中具备更高的话语权和传播度。

此次《亚洲品牌500强》共有20个国家和地区的品牌入选，中国（包含港澳台）入选的品牌共计223个，占整个上榜品牌的44.60%，位居第一，其次是日本、韩国。本年度《亚洲品牌500强》排行榜中，共有来自金融、传媒、信息技术、食品饮料、电子电器等在内的37个行业的品牌入选。金融是入选品牌最多的行业，共有72个品牌入选。位居第二到第五的行业分别是信息技术(64个)、传媒(44个)、食品饮料(39个)、汽车(31个)。

内容科技双向赋能 超级品牌节搭建国货传播高地

以“好品牌 上封面”为核心主题的2026超级品牌节，是封面新闻重磅打造的品牌IP，依托“超品大师说”“超品直播间”等板块，用故事记录品牌温度，用数据丈量品牌热度，挖掘品牌成长力量，讲好品牌故事。

其中，“超品大师说”栏目汇聚行业学者、企业大咖，展开深度对话。世界经理人集团、世界品牌实验室创始人丁海森博士也做客栏目，解读AI时代品牌评估逻辑从“流量曝光”转向“信任与知识影响力”的重大变迁。在本届亚洲品牌大会上，来自哈佛大学商学院工商管理荣誉教授约翰·戴腾博士认为，AI正在改变品牌建设的基本逻辑；香港大学经管学院营销学教授萨拉·金博士认

为，AI正在以前所未有的速度颠覆全球商业格局；丁海森博士特别谈到，生成式AI重塑竞争格局，给予亚洲品牌难得的追赶窗口，同时也要警惕AI带来的创意趋同风险。这些研判，与封面新闻正在推进的智媒体转型，以及2026超级品牌节的价值主张高度契合。

作为国内较早全面实践“智媒体”建设的主流媒体，封面新闻-华西都市报坚持“内容+科技”双轮驱动，将AI深度融入新闻采编、内容分发、智库服务全链条，自主研发智媒大模型，落地智能写稿、文生视频、智能审核等技术应用，不断提升自身AI影响力。一方面坚守主流媒体职责，输出权威深度内容；另一方面以2026超级品牌节为抓手，链接产业、服务企业，助力中国品牌扩大影响力，实现媒体品牌价值与产业品牌价值双向赋能。

招标公告

四川封面传媒科技有限责任公司拟对“登超”邻水站——越野嘉年华采购赛道设施装置制作服务项目面向社会进行公开招标，欢迎符合条件的潜在投标人报名参与投标。

一、招标内容

采购“登超”邻水站——越野嘉年华赛道设施装置制作服务。

服务期自合同签订生效之日起至活动结束后全部撤场及结案工作止，若中标人未按服务方案执行的，招标人有权终止合同。

二、资金落实情况

已落实，项目限价35万元(含税)。

三、采购资源调整须知

供应方知晓并接受采购方将根据活动实际需要调整部分采购资源(即放弃部分资源的采购)，最终的采购内容以采购方发出的采购订单以及供应方实际供货为准。

四、投标人资格要求

- 具有独立承担民事责任的能力；
- 具有良好的商业信誉和健全的财务会计制度(提供以下任意一项)：
 - 投标人可提供近三年任一年度(2023、2024、2025)经会计师事务所审计的财务报告复印件(除报告外至少包含资产负债表、利润表、现金流量表)；
 - 投标人可提供近三年任一年度(2023、2024、2025)投标人内部的财务报表(至少包含资产负债表、利润表、现金流量表)复印件；
- 截止递交投标文件时间成立不足一年的投标人，提交公司成立至截止递交投标文件上月的内部财务报表(至少包含资产负债表、利润表、现金流量表)复印件；
- 具有履行合同所必需的设备和专业技术能力；
- 有依法缴纳税收和社会保障资金的良好记录(提供以下任意一项)：
 - 依法缴纳2025年度以来任意一个月的税收和社会保障金证明材料，新成立的公司按实提供(以上均提供复印件加盖投标人公章)；
 - 提供承诺函(格式自拟)。
- 参加本次采购项目前三年内，在经营项目中没有重大违法违规记录，提供承诺函(格式自拟)；
- 投标人不得为“信用中国”网站(www.creditchina.gov.cn)中列入失信被执行人、重大税收违法失信主体的投标人，不得为严重违法失信行为记录名单中的投标人，需提供网站截图；
- 单位负责人为同一人或者存在直接控股、管理

关系的不同投标人不得独立参加同一合同项下的采购活动。招标人干部职工及其配偶、子女及其配偶所办企业不得参与本次招标活动，否则其投标文件将被视为无效，提供承诺函(格式自拟)；

8.本次采购项目不接受联合体投标，提供承诺函(格式自拟)。

五、招标文件的获取

1.获取时间:2026年9月20日至2026年9月24日，每个工作日上午9:00—12:00、下午2:00—6:00。

2.获取地点:成都市锦江区红星路二段70号四川传媒大厦10楼A区。

3.获取所需文件及获取方式：
所需文件：

- (1)营业执照正本或副本复印件；
 - (2)法定代表人授权委托书及法定代表人身份证明、法定代表人身份证复印件(正反两面)；
 - (3)被授权人的身份证复印件(正反两面)。
- 注：(1)以上材料均需加盖公章；(2)若为经独立法人授权合法登记注册的非法人分支机构，则上述第2项为负责人授权委托书及负责人身份证明及身份证复印件(正反两面)。

若采用线上方式获取招标文件的，以上材料均提交PDF格式原件扫描件，一并发送至招标人指定邮箱：1609283@qq.com，经审核合格后，向投标人邮箱发放电子版招标文件。

采用现场获取方式的，以上材料除负责人授权委托书盖章鲜章原件外，其他材料均验原件、收复印件(盖鲜章)，经审核合格后，向投标人发放纸质版招标文件。

六、投标

- 1.投标文件提交截止时间:2026年9月28日11:00。
- 2.投标文件递交地点:成都市锦江区红星路二段70号四川传媒大厦10楼A区。
- 3.投标文件必须在递交截止时间前送达指定地点，逾期送达或未按要求密封、标注的投标文件恕不接收，本项目不接收邮寄的投标文件。

七、发布形式

本招标公告在封面新闻APP、华西都市报以公告形式发布。

八、联系方式

招标文件获取、投标及异议受理联系人:胡老师
联系电话:13880201948
招标文件咨询联系人:杜老师
联系电话:18681681283

四川封面传媒科技有限责任公司
2026年9月20日

招标公告

四川封面传媒科技有限责任公司拟对“登超”邻水站——越野嘉年华采购赛事运营服务项目面向社会进行公开招标，欢迎符合条件的潜在投标人报名参与投标。

一、招标内容

采购“登超”邻水站——越野嘉年华赛事运营服务，服务内容涵盖赛事策划与设计、综合保障、赛事执行、宣传推广、竞赛物资供应、场地搭建及补给保障等。

服务期自合同签订生效之日起至活动结束后全部撤场及结案工作止，若中标人未按服务方案执行的，招标人有权终止合同。

二、资金落实情况

已落实，项目限价35万元(含税)。

三、采购资源调整须知

供应方知晓并接受采购方将根据活动实际需要调整部分采购资源(即放弃部分资源的采购)，最终的采购内容以采购方发出的采购订单以及供应方实际供货为准。

四、投标人资格要求

- 具有独立承担民事责任的能力；
- 具有良好的商业信誉和健全的财务会计制度(提供以下任意一项)：
 - 投标人可提供近三年任一年度(2023、2024、2025)经会计师事务所审计的财务报告复印件(除报告外至少包含资产负债表、利润表、现金流量表)；
 - 投标人可提供近三年任一年度(2023、2024、2025)投标人内部的财务报表(至少包含资产负债表、利润表、现金流量表)复印件；
- 截止递交投标文件时间成立不足一年的投标人，提交公司成立至截止递交投标文件上月的内部财务报表(至少包含资产负债表、利润表、现金流量表)复印件；
- 具有履行合同所必需的设备和专业技术能力；
- 有依法缴纳税收和社会保障资金的良好记录(提供以下任意一项)：
 - 依法缴纳2025年度以来任意一个月的税收和社会保障金证明材料，新成立的公司按实提供(以上均提供复印件加盖投标人公章)；
 - 提供承诺函(格式自拟)。
- 参加本次采购项目前三年内，在经营项目中没有重大违法违规记录，提供承诺函(格式自拟)；
- 投标人不得为“信用中国”网站(www.creditchina.gov.cn)中列入失信被执行人、重大税收违法失信主体的投标人，不得为严重违法失信行为记录名单中的投标人，需提供网站截图；
- 单位负责人为同一人或者存在直接控股、管理