

天府新视界

当一座城有了优美的“背景音”，会发生什么化学反应？

在音乐节市场遇冷的当下，今年国庆假期，泸州酒要会·超级银河左岸音乐节却火出新境界。20万人次涌入这座城，购票乐迷中，省外人数占比超50%，音乐节直接营收破亿元，带动周边消费约7亿元。与今年上半年全国33场音乐节延期或取消的“退烧”状况相比，可谓“冰火两重天”。

这让我们看见，音乐依然有市场，以音乐撬动的票根经济依然有空间。重点是，该怎么做？

爱乐之城，如何养成

□刘志杰



今年国庆假期，泸州酒要会·超级银河左岸音乐节吸引无数乐迷。
图据川观新闻

1 泸州这场音乐节的“背景音”，就像一曲互相配合的合奏。

有令人惊喜的“主唱”——强大的明星阵容，让乐迷直呼“集齐了想看的所有，感觉像做梦”。音乐节将顶尖摇滚阵容和西南地区“说唱春晚”浓缩到了一天，让乐迷们按捺不住冲动。

更有令人安心的“伴奏”。泸州全城出动，不仅保障酒店、厕所、交通等服务不降标准，还有一群“回泸重燥”的当地人——这一源自“00后”乐迷的口号，成为一座城的自觉。回到家乡的市民纷纷以主人翁姿态，自发为乐迷送餐送药，为游客充当暖心向导、公益司机；音乐节期间连日大雨，年轻人却把“泸州插秧”“小猪佩奇玩泥巴”等话题9次推上全国热搜。一座城，网下网上，都以音乐之名，奏好这关乎音乐成色的“伴奏”。

在泸州这场聚会背后，谁又知道，“主唱”和“伴奏”哪个是主角呢？甚至，全民参与服务、处处玩转音乐的“伴奏”，可能更重要。票根经济的终极玩法，还得是“爱乐之城”啊。

2 “爱乐之城”的打开方式，还有很多。今年国庆假期，重庆江边，一位抱着吉他的外国歌手唱响热门歌曲《Sold Out》，路过的市民游客很快发现，眼前这位竟是歌曲原唱、加拿大歌手乔恩·斯廷加德。没有演唱会的层层门槛，散步途中就能与喜欢的音乐不期而遇。这份惊喜迅速传遍网络，也让人看见音乐与城市相遇时的奇妙反应。

成都，也是一座名副其实的“爱乐之城”——从街头音乐到公园音乐会，从专业场馆到滨水空间，在成都，你可以在传统演出场所欣赏到专业、顶级的音乐演出，也可以在茶余饭后遛弯时，不经意间邂逅艺术场景。2026年，“成都街头音浪”系列音乐会走进特色街区、公园绿地、滨水廊道和商业综合体等多元公共空间。截至今年6月，已举办40余场，吸引超过10万市民和游客现场参与。

而早在2018年，成都就率先推出了街头艺人持证上岗，让市民在街头偶遇动听音乐时，收获安心又美妙的体验。

如今，“成都街头音浪”系列音乐会把这份力量放大——集结了成都街头艺人、专业文艺院团、各大艺术院校师生、原创乐队等多方力量，是全民共享的舞台，也是发现青春力量、民间音乐人才的舞台。音乐不只是特定时间、特定场馆里的消费项目，其本身就是城市公共空间的一种生活方式。



中演·成都大剧院露天剧场，星光live音乐会吸引众多市民观看。
中演·成都大剧院供图

3 从听见一座城，到玩转一座城。当一座城成为音乐的主舞台，音乐带来的化学反应，远比经济收益更“精彩”。

因为音乐有一种连接力，它能打破空间与人群的界限，也能打破人与人的隔阂。不需要太多解释，一段熟悉的旋律，就能唤起共同的记忆；一次不期而遇的演出，就能让陌生人停下脚步、分享快乐。中国女子网球选手郑钦文在2026年中网夺冠后，现场唱起动画片《神兵小将》的主题曲《梦的光点》，也让分享胜利喜悦的球迷多了一份超越语言的感动和共鸣。竞技体育可以和音乐如此交汇，文旅更可以如此。从成都玉林西路的小酒馆里唱响的《成都》，到广州回响起的属于游子记忆的《嘉禾望岗》，流淌的音符感性而浪漫，在潜移默化间让人记住一座城、一份美好记忆，成为一座城市的文化语言。

但“爱乐之城”，还需要一种连接力，就是全城市民之间自发的连接力。音乐节，不能只做一次性生意，搞“门票经济”，而是真的要有氛围、有服务、有待客之道。泸州音乐节的火热，离不开酒城人民的坦率热忱。

就像一个舞台，不仅要有歌声、有音乐，还要有灯光舞美。音乐是听见的，更是看见的、感受到的。同理，文旅是看见的、听见的，更是住宿时的安心、通行的顺畅、饮食的惊喜、服务体感的舒心。宾至如归，吃好吃好，在音乐节现场尽情欢唱，在街巷里遇见音乐，在餐馆里感受热情，在城市的公共空间里发现惊喜，音乐在一座城生长，热情的氛围在一座城常驻，那这座城，收获的绝不仅仅是一次演出收入，更是一张长尾效应超乎想象的文化名片。

音乐让城市的风景有了声音，而场景化、生活化的配套，也让城市文化有了更容易抵达的入口。当音乐真正融入城市，文旅便有了超越一时热度的文化回响。

据“天府新视界”微信公众号



5月2日晚，成都锦江江畔，众多市民游客驻足欣赏街头音乐会。
“成都街头音浪”系列音乐会主办方供图