

音乐节如何“唤醒”暑期文旅市场？

2025 年 08 月 08 日 16:06 来源：央视新闻客户端



“你抢到票了吗？”似乎已成为近期最热门的问候方式。这个夏天，从张北的草原到敦煌的星空，从哈尔滨的俄式老阳台到珠海东澳岛的沙滩……以音乐节、演唱会为代表的演艺经济，吸引了越来越多游客不远千里、奔赴山海；动人的旋律、美妙的音符，不仅叩开了观众的心扉，更“唤醒”了暑期文旅市场。

为何暑期演艺市场如此火爆？这背后，与年轻一代消费者密集出行有关。中国演出行业协会发布的《2024 大型营业性演出市场趋势及特点分析》显示，大型音乐节中 18 岁—24 岁的观众占比达 36.2%。这一群体多为学生，“演唱会、音乐节填满日程表”“为一场音乐节打卡一座城”，暑假他们有充裕时间旅行，去追逐心中的热爱与梦想。

音乐节等演艺活动有何魅力，吸引年轻一代消费者为之陶醉？也许是因为厌倦了常规景点的他们，更加重视情绪价值的释放：以天空为幕布、大地为舞台，伴着奔放的旋律、动感的节拍，挥舞起荧光棒，身体随节奏摇摆，心情像花儿一样恣意绽放……沉醉在音乐与灯光共同编织的狂欢海洋里。这种沉浸式体验带来的精神满足感，哪个年轻人不会心动呢？

音乐节的魅力还在于，它与非遗等文化元素融合，在传统与现代的共生中，带来了全新消费体验。上海之春音乐节的《南韵·国色》音乐会，通过 AI 技术将南音曲谱转化为视觉图腾，用全息投影构建闽南古厝场景，使千年雅乐在当代剧场焕发新生；浙江金华将婺剧锣鼓的节奏范式转化为电子音乐的循环采样，开发出具有地域标识的数字音乐产品。这样的新奇感受，谁人不爱？

各地音乐节也融入“烟火气”，为市民的休闲生活增添了文化气息。在上海江湾里音乐节，巧妙散布于舞台周边的“微醺市集”汇聚了精酿啤酒、特调饮品与文创产品等，吸引忙碌一天的都市白领来小聚。贵阳“遇见蓝莓音乐节”则汇集了几十种贵州特色小吃及饮品，供乐迷们畅享味蕾与视听的双重盛宴。

如今文旅经济已从“资源驱动”转向“情绪驱动”，如何将文化基因转化为可感知的情绪符号，成为破局产业同质化的关键。当敦煌壁画通过 VR 技术成为

可触摸的情绪载体，当苗寨篝火旁的芦笙曲化作短视频平台的流量密码，我们看到的不仅是消费场景的革新，更是文明基因在数字时代的创造性重生。

在南宁，周杰伦演唱会吸引 14 万观众跨城而来，直接拉动当地消费 12.63 亿元；在成都，张学友演唱会期间热门商圈酒店预订量同比激增 1.4 倍……文化消费释放的乘数效应，让各地都看好演艺经济的发展潜力。海南推出的“票根福利”让观众凭演唱会门票享景区折扣，厦门更将演唱会与免税购物、打车补贴深度绑定，这种“演出+文旅+消费”的模式，使文化演艺从单点突破升级为全域赋能。

当音乐节舞台成为非遗活态传承的实验室，当演唱会声浪唤醒文化基因，我们看到的不仅是经济数据的增长。未来，随着技术普及和“文化+”模式的深化，非遗等文化元素必将在数字经济时代释放更大乘数效应，让文化的根系在经济沃土中扎得更深、长得更壮。

单词：	bēnfù 奔赴	xuánlǜ 旋律	xīnfēi 心扉	mìjī 密集
	táo zuì 陶醉	yàn juàn 厌倦	shì fàng 释放	yáo bǎi 摇摆
	zì yì 恣意	huàn fā 焕发	wēi xūn 微醺	xiào yǐng 效应

讨论：1. 如果你所在的地区要举办音乐节，你会建议当地政府和组织者采取哪些措施来最大化地发挥音乐节的经济效应？

2. 如果你有机会参加音乐节，你会选择听哪一类音乐？为什么？

源新闻：<https://www.chinanews.com.cn/sh/2025/08-08/10461576.shtml>

音声 URL：<http://ttn.co.jp/sound/text/files202508251756108414.mp3>