

摇滚与黄梅戏跨界碰撞 门票撬动文旅产业链 一场音乐节与一座城市的回响



音乐节现场人山人海。



歌手正在进行演唱。全媒体记者 蒋玉 摄

□ 见习记者 黄媛媛 文/图

11月8日至9日,安庆市首个大型户外音乐节——秦潭湖音乐节在长江之畔激情开唱。朴树、李宇春、于文文等20组实力音乐人轮番登台,摇滚、民谣、流行等多元曲风碰撞交融,为全场观众奉上连续两日的沉浸式视听盛宴。作为安庆文旅“破圈、融合、奠基”的创新实践,这场盛会吸引约2.2万名乐迷奔赴而来,用音乐搭建起文化与青春的桥梁。

青春集结 共赴热爱

尽管“天公不作美”,细雨全程相伴音乐节,但丝毫抵挡不住音乐爱好者的滚烫热忱。演出从每日午后1时到晚间9时,8小时不间断的音乐狂欢持续点燃宜城大地。现场观众以18至35岁年轻乐迷为核心,他们用个性发型搭配精致妆容,配以亮眼彩绘、乐队Logo贴纸及应援配饰,以满格仪式感彰显潮流态度。

音乐节现场松弛与热烈交织,既有三两好友结伴、情侣牵手的热闹身影,也有沉浸旋律的“音乐独行侠”,大家或随音浪蹦跳沸腾,或静卧充气沙发悠然自得。“黑豹乐队和朴树的现场太顶了,气氛直接拉满!”来自宣城的大学生程伊萱难掩兴奋,她还点赞了现场安保与工作人员的尽职尽责,“各类指引清晰又贴心,真切感受到安庆的满满诚意。”

作为音乐节爱好者,滇籍在校大学生金荣立通过网络刷到活动信息后,因举办地距自己所在的读书地合肥较近,专程从合肥购票赶来,“中午抵达安庆后,直接坐接驳车到现场,特别方便。”

本地乐迷李琪凡的心情从最初的忐忑转为自豪,她对高铁站咨询台、无缝接驳车、有序安检等细节服务赞不绝口,即便遇降雨,主办方的及时应对也保障了观众舒适度。

据市文旅集团数据显示,本次音乐节观众中本省乐迷占比85%,外省乐迷占比15%,音乐魅力成功辐射省内外。

“安庆元素”融贯盛宴

本届音乐节上,安庆炒面凭实力成为“顶流美食”。在盛赞安庆牛肉包子后,歌手陈鸿宇表达了对安庆炒面的期待:“晚上可以去尝尝。”陈立农在舞台上与观众互动后决定:“今天晚上我的晚餐就是炒面!”张远更是直言,“炒面我今天尝了一下,真得还不

错!”蓝又时也迫不及待表示演出结束就去“打卡”炒面。

安庆的灵秀风光与城市暖意同样圈粉。黄明昊称赞安庆风景漂亮。王宇宙更是不吝赞美“安庆真是个好地方!”她不仅为江毛水饺倾心,更主动为天柱山“代言”,表示期待下次探访。李宇春分享了在机场感受到的热情,当地一些群众举“安庆”横幅挥手欢迎的暖心瞬间让她备受感动,“虽然我今天是个早班机,但我到了安庆之后,我感觉特别得暖心。”

当传统文脉遇上现代旋律,安庆的“文化之美”更显惊艳。民谣与黄梅戏、摇滚与黄梅戏的跨界碰撞,成为本届音乐节“高光时刻”。鹿先森乐队邀请安庆青年黄梅戏演员汪晨晨共唱《春风十里》,“树上的鸟儿成双对,绿水青山带笑颜”的经典唱段融入轻快民谣,瞬间点燃全场。安子与九妹乐队在演唱中嵌入《女驸马》选段,热血的摇滚与悠扬的黄梅戏碰撞出奇妙火花,赢得满堂喝彩。

消费赋能 激活文旅

秦潭湖音乐节不仅是视听盛宴,更成为激活安庆文旅消费的强劲“催化剂”。主办方特设的美食市集与文创展区,乐迷可一站式品尝柏兆记糕点、安庆炒面等本土美食,还能选购黄梅戏元素的戏曲书签、印章、随行杯等文创产品。现场免费派送的“显眼包”绿色手提袋,硕大的“安庆”二字醒目吸睛,成为园区内流动的城市名片。

86家商户组成的美食文创市集热闹非凡,“一米大肉串”等美食深受喜爱,摊主雷红廷透露首日营业额约万元。活动还为待业毕业生提供实践舞台,大四学生张礼庆通过社交平台报名成为工作人员,“想锻炼自己,顺便感受下音乐节氛围,现场很热闹,活动办得挺成功。”

一张音乐节门票,撬动起一条完整的文旅产业链。市文旅集团联动全市175家宾馆酒店、餐饮购物等企业推出“票根经济活动”,游客凭门票可享受多重消费优惠,成功将音乐节短期“流量”转化为城市文旅长期“留量”,让乐迷在狂欢之余深度感受安庆消费活力。

匠心护航 筑牢防线

“安庆音乐节真的办得很漂亮!从阵容到设备到场地到保障,可以说倾尽全力了。”“规划停车的地方过个马路就到入口,感动哭了。”“今年的阵容挺不错的,如果时间允许,两天都想看。”“这次最大的感触不是音浪多强,而是从头到尾

被一种久违的真诚包围了。”……音乐节后,这些诚意在小红书等社交平台引发热议,网友纷纷点赞活动阵容、设备、场地及保障服务,分享自己在音乐节上的温暖。不少本地乐迷还期盼活动能持续举办。

秦潭湖音乐节自筹备之初便得到市委、市政府的高度重视,明确要求以“细致、精致、极致”为标准筑牢服务保障防线,确保活动既安全有序,更出圈出彩。同时,为保障活动顺利开展,安庆市实施低空管制、严格安检与交通管制;市交通运输局开通2条进场、7条散场免费公交接驳线;多部门联合发布价格行为提醒告诫书,严查哄抬票价等行为。现场配备400个移动厕所,咨询处、免费饮水点、医疗站等便民设施一应俱全,公安处置点与垃圾分类回收点共同守护现场秩序与环境。此外,增铺防滑地垫、发放免费雨衣等“宠粉”细节传递出城市温度……

两天时间里,906名高校志愿者与每场次2200名专业安保人员,以及公安、环卫等力量组成约4600人的服务保障团队,用细致周到的服务让八方乐迷感受到宜城的温度与担当。

战略布局 打造名片

“它不是一个简单的文化活动,而是下一盘关于安庆未来旅游客群、品牌形象和产业生态的‘先手棋’,其最终目的是通过音乐这一‘通用语言’,打通文旅融合的壁垒。”据安庆市文旅集团副总经理杨晶琦介绍,选择音乐节是基于市场趋势、城市禀赋和战略目标的精准研判,是拓展年轻市场、打造城市品牌、拉动综合消费的战略选择。

据介绍,在艺人阵容的拟定上,既遵循专业的市场化操作,也紧密结合安庆市通过文旅活动提升城市品牌形象的战略目标。因此在阵容选择上,定位于那些作品积极、富有现场感染力、并能与“活力安庆”城市形象产生共鸣的艺人。日程安排采取“分日定调”策略,第一天主打摇滚风,第二天聚焦“Z世代”。

不同于单一音乐体验的音乐节,秦潭湖音乐节实现文化内核深度融合、地域特色全方位呈现、服务保障注入城市温度的三重差异化,尤其“民谣+黄梅戏”“摇滚+黄梅戏”的创意混搭,让传统文脉在年轻群体中焕发新生。

乐声虽止,余音绕梁。秦潭湖音乐节并非一次性活动,而是安庆文旅品牌矩阵的重要组成部分。未来安庆将持续坚持“以节为媒、以节促旅、以节活城”理念,推动文旅商深度融合,筹划更多高品质大型文旅活动,不断提升安庆文旅影响力与城市美誉度。