

# 2.5万人“音”爱“留下” 一场音乐节带火一座城

N晚报记者 严涵 摄影记者 俞中岳

周末，激荡人心的，莫过于一场氛围感拉满的户外音乐派对。4月25日，中国蓝·携李湖音乐节在南湖区携李湖公园激情开唱，无数荧光棒在晚风中翻涌成星海，2.5万名来自五湖四海的乐迷尽情释放热爱、共赴狂欢。嘉兴凭借这场音乐节，交出了一份教科书级的城市营销案例，生动演绎了“一场音乐节，带火一座城”。

“南湖不止音乐节”“华晨宇，携李湖见”等短视频浏览量均破10万，#中国蓝·携李湖音乐节#全网传播量破亿次，“拿着票根游南湖”成为乐迷出行新风尚……这不仅是追星之旅、音乐狂欢，更是一场城市与人相互成就的浪漫。



## 音旅融合，多元场景点燃狂欢



春日湖畔，音浪逐风。从午后持续至晚上，携李湖音乐节多元曲风轮番唱响，为乐迷带来一场贯穿白昼与黑夜的视听狂欢。

安崎活力唱跳开场，枯木逢春、不算太老男人乐队带来民谣与摇滚的温柔交锋，弦子的甜歌继续治愈，GAI周延的说唱点燃嘻哈热潮，华晨宇在晚间压轴登场，以极具感染力的表演将现场氛围推向顶峰。

“管你什么办法，别幻想我沦落倒下……”当《我管你》的旋律响彻携李湖畔，万千荧光棒如星河摇曳，全场歌迷齐声合唱，声浪伴着湖风激荡。“他的歌里，藏着我整个大学时代！”“在万人合唱里重温青春！”……华晨宇的歌迷“火星人们”跟着旋律挥手应和，纵享音乐狂欢。

“这次音乐节阵容强大，携李湖的风景配上音乐，绝对是一场视听盛宴。”音乐节前夕，来到嘉兴大学做预热的歌手刘凤瑶说，嘉兴是一座温暖的城市，与音乐氛围完美契合。

音乐节现场不仅有音乐演出，更有沉浸式文旅场景让快乐加倍。

主题充气模型、春日专属拍照区域……现场变成了春日乐园，每一处都散发着浓

浓的春意。换场间隙，“中国蓝·歇歇时刻”用浙江卫视音综旋律舒缓情绪，猜拳挑战、疗愈小卡等互动游戏拉满“春游疗愈”的氛围感。

春游市集同样热闹非凡，20多个嘉兴本土及网红特色摊位在此集结，南湖区非遗项目——“南湖传统糕点制作技艺”代表性传承人姜利燕也来到现场，手把手教大家做团子、烧卖、驴打滚等，多元体验让众多乐迷流连忘返。

“本来是冲着歌手来的，没想到现场这么好玩，市集、互动游戏样样齐全，把音乐节玩出了新花样！”来自杭州的00后乐迷“小糯米”兴奋地说。嘉兴市民张晓婉和好友结伴而来，“既能听好听的歌，又能品尝美食，这样的活动太贴心了！”

打破传统演出边界，携李湖音乐节将音乐、文旅、互动完美融合，让每一位乐迷都沉浸在这场音乐盛宴中。南湖区文化和旅游局党组书记、局长钟晓燕介绍，本次音乐节是南湖区主办的首次大型音乐节，主动将“演艺经济”当成文旅赛道的“发动机”，助力“歌城”IP越唱越响，让大家在赏乐、逛吃、赏景中获得全方位体验。

## 实力宠粉，每张门票都是“请柬”

一场音乐节的火热，不仅在于流量，更在于温度。

音乐节开幕前夕，大批乐迷抵达携李湖公园夜排，帐篷整齐划一、首尾相连，俨然是一个临时露营地。“第一次遇到音乐节主办方提供早饭的情况，嘉兴早晚温差有点大，能吃到热乎的早饭，心里暖暖的。”“保安安排得很有条理，一排五个帐篷，大家都很配合。”……音乐节还没开唱，众多歌迷已经提前感受到了一座城市的温暖。

这份跨越山海的热爱，南湖区从容接住了！乐迷从匆匆赶路的追星者，变成感受城市温暖的客人。

免费开放周边10972个车位，开通8条免费公交接驳专线，开放书香湖畔小区配套用房，免费提供饮用水和手机充电服务……南湖区用细节打通暖心服务的“最后一米”，诠释“嘉兴中心城市”的浪漫。



更让乐迷惊喜的是，一张小小的音乐节票根，变身畅游南湖区的万能文旅请柬。

南湖区推出61项票根专属优惠，覆盖吃、住、行、游、购、娱全链条——辰溪里、南湖天地两大商圈餐饮让利，禾膳烧卖、一朵艺咖等商户推出折扣；印象江南、阿强骨头王等本地菜馆给出8.5折优惠；南湖宾馆、月河客栈等20余家酒店为外地乐迷提供住宿福利；梅花洲景区免票、湘家荡景区8折、南湖夜游优惠至80元。

中国演出行业协会数据显示，演唱会门票消费对当地消费拉动比例达1:4.8。“来都来了，顺便旅个游”成为跨城乐迷的共识。本次音乐节凭票根福利吸引了不少游客打卡南湖区，宁波乐迷王女士便是其中之一，“吃喝玩乐全有优惠，我准备周末玩遍南湖区有代表性的景点、吃遍本地美食，嘉兴真的太懂游客了！”

一场音乐节，有效激活了南湖区文旅消费市场的“一池春水”。钟晓燕告诉记者：“我们不仅做好安保、交通、后勤全维度保障，更用票根福利传递城市温度，本次音乐节观众中18至35岁人群比例达72%，带动南湖天地周边酒店和雷迪森、全季等科技城板块酒店提前两天满房。”

音乐节的场内热度，转化为南湖区文旅消费的热潮，让演艺经济从“一场演出”延伸为“全城狂欢”。

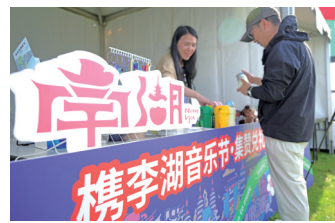
## 硬核圈粉，音乐IP擦亮城市名片

数据是热度的最好印证，更是文旅发展的清晰航向。

本次音乐节2.5万张门票提前两天售罄，嘉兴市外乐迷占比达73%，其中58%为省外乐迷，预计带动文旅综合消费4.75亿元……一个个亮眼数据，印证着携李湖音乐节的火爆，更彰显着南湖区演艺经济的强劲势能。

演唱会经济素有“行走的GDP”之称，它的价值不仅在于拉动短期消费，更在于赋能城市文旅品牌。近两年来，南湖区音乐类活动持续不断——与中国合唱协会、冯尧工作室等平台共同设立合唱教育基地，“相遇南湖 音你而来”2025迎新音乐系列活动场场爆满，536艺术空间举办的流行歌手冯建宇生日会人气爆棚……从老到少，都能在这里找到自己喜爱的“调调”。

“音乐是文旅领域的新质生产



力，音乐节、演唱会等个性化、多元化的新兴消费场景，够新、够潮，更聚人气。”钟晓燕点出近年南湖区全力打造“歌城”IP的原因。

那么南湖区如何乘势而上，将音乐节“引客”转变为“留客”，打造“曲终人不散”的消费盛宴？

本次音乐节的举办地携李湖公园，地处携李湖知识湖区，位于嘉兴科技城核心、亚太路科创带中心，是南湖区打造的生态绿心与城市会客厅，正成为南湖区承载演艺经济的全新载体。“这里拥有一块超过3万平方米的大草坪，很适合

举办草坪音乐节。”南湖区相关负责人介绍，公园还将集聚潮流品牌、艺术文化、时尚餐饮、户外生活等业态，方便游客休闲体验。

此次音乐节对于南湖区而言，不仅是一次大型活动，更是打造“文化强区”的重要落子，它以音乐为媒，串联起“潮音文化”“生态环境”“前沿科技”三张金名片，为“建强主城区、提升首位度”注入强劲动能，助力嘉兴成为长三角城市群中的璀璨明珠。

从“办一场活动”到“塑一个品牌”，南湖区的思路清晰、坚定：跳出单一活动思维，以城市软硬件升级、治理能力提升承接流量，以个性化、沉浸式体验留住流量，让一次性的演出热度，转化为可持续的文旅竞争力！

最高级的商业逻辑，永远是真诚待客的初心。越努力越幸运，幸运的背后，是南湖区更让人期待的未来！