何以顶流

5年热爱,9届精彩,太湖湾音乐节——

音乐、烟火、灯海、摩天轮……一场酣畅淋漓的音乐节,为秋天的见面画上圆满句号。

刚刚过去的国庆假期,太湖湾音乐节凭借强大的市场号召力和品牌影响力,再度与13.5万乐迷相约太湖之畔。音乐赋能城市、打造消费新场景的生动实践连续第四次登上央视。

从园区周年庆活动起步,到"铁头湾"迎难而上与乐迷一同构筑理想中的音乐乌托邦,再到"暖心湾"齐力守护每一次双向奔赴,5年热爱、9届精彩,太湖湾音乐节在持续不断的自我超越中,收获流量与声量,成为当之无愧的顶流。

起于乐园,扎根乐园

放眼全球知名音乐节,如美国科切拉音乐节、日本富士音乐节等,有一个特点就是因地制宜,将自然与音乐相结合——

科切拉音乐节举办地在美国科罗拉多沙漠上,独特的气候条件成为其特色;富士音乐节充分利用地理地貌,开辟山间舞台;阿那亚·虾米音乐节定位于面朝大海,2个主舞台均搭建在沙滩上。

太湖湾音乐节的举办地环球动漫嬉戏谷,本身具有动漫基因、开阔场地、休闲氛围,对年轻群体也有着巨大的吸引力。早在2011年,当长三角音乐爱好者还在羡慕北方林林总总的摇滚派对时,一场音乐风暴就已经在太湖湾蓄势——落户嬉戏谷的太湖电子音乐节将欧美主流的电音PARTY模式首次引入国内。到2016年,太湖电子音乐节将火热的氛围、酷热的天气、清凉的玩水三合一,首创热浪湾水上电音节,新创意又引来一波关注。

"尽管刚开始规模小、影响力也没那么大,但因地制宜、谋求新路的探索一直在持续。"武进区旅游协会副会长闵伟明说,持续不断的闯和创,无形中为音乐节的举办积累下底气与经验。

当时间来到2019年、嬉戏谷迎来开园八周年之际,作为周年庆活动之一,太湖湾音乐节终于第一次正式亮相。为期3天的演出,邀请到朴树、关晓彤等明星登台,给游客带来了别样的游园体验。仅5月1日当天,就有超两万人次入园。游客的追捧使第二届很快到来。

2019年11月、2021年5月、2021年10月……2万人、5万人、10万人……不断突破中,太湖湾音乐节快速成长。"平时联系没那么频繁的朋友都想托我买演出票,这时真正意识到,我们的音乐节出圈了。"唐姣在嬉戏谷工作已经12年,参与过历届音乐会的保障工作,对2022年的演出印象最深。疫情背景下,来自五湖四海的乐迷在全体工作人员安全、暖心的保障下,成就了2022年夏天最难忘的回忆。

"因为天气原因,这届的最后一天,有乐队没能登台演出,主办方为此还专门补了一次专场。"经常与乐迷打交道,常州嬉戏谷品悦度假酒店总经理许琼感到,正是这点点滴滴的敢与干,让乐迷对太湖湾音乐节的信任度、好感度倍增。

注重服务,超越服务

这两年,全国各地的音乐节呈井喷式增长。小鹿角智库发布的《2020—2024年中国音乐节市场发展研究报告》显示,中国音乐节已从2011年的69场发展至2023年的560场,成为当下主流的大众娱乐产品。

丰富多元的声量中,如何"有声"更"有名"、"网红"变"长红"?太湖湾音乐节主理人吕莹认为,比的仍是真诚、拼的还是服务,即在"天时""地利"之外聚力打好"人和"牌。

"第四届音乐节举办时,出现了一票难求的现象。这让我们意识到两件事:第一,阵容非常重要;第二,同样重要的还有乐迷体验。"吕莹说,此后的每届音乐节,强大阵容几乎都能冲上热搜,反应到票房上,就是常常出现"出票即售罄"。做到这一点,一方面是舍得投入,今年举办的两场音乐节,在艺人投入方面均有较大提升;另一方面,团队注重从乐迷角度出发,了解大家爱看什么、想看什么。"比如本届音乐节首批阵容官宣后,各平台上都有乐迷粉丝许愿把王源请来,我们就响应了乐迷的心声。"

这种选择标准获得了来自乐迷的好口碑,也决定了最终的舞台呈现。熟悉太湖湾音乐节的乐迷会发现,几乎每届都有新变化在发生。上届演出场地还是采用"平行双舞台+T台"设计,这届已经更新为"100米宽单舞台+双系统双推台",换场时间更短,演出自然更加流畅。环绕式LED屏给予全景沉浸式体验,并在表演区外延,确保观看视野的同时拉近乐迷与歌手的距离。

接驳、秩序、厕所等常见的音乐节槽点,在太湖湾音乐节都是"圈粉"的亮点。江苏武进太湖湾旅游发展有限公司董事长杨惠明介绍,以本届为例,为解决音乐节外部道路拥堵问题,太湖湾景区新增约1000个停车位,总数超过1.2万个,每天有约650辆大巴车在苏锡常地区免费接驳;景区周边3公里范围内,交警和城管不遗余力;湾镇还联合公安、消防、市场监管等部门做足预案,每天有超过1000名志愿者现场护航,只为交出让乐迷游客满意的"答卷"。

暖心服务可以细致到什么程度?小红书上的一条笔记或许能够透视一二:"谁家音乐节结束还有欢送彩蛋!太震惊了!"没错,就是太湖湾音乐节。但乐迷们一定不会想到,连参与欢送的30名志愿者,都是通过公开招募,从1700多名热爱音乐的报名者中产生的。离场的仪式感,不仅是为乐迷创造情绪价值,也是主办方心底对双向奔赴最深的共鸣。

因为音乐,不止音乐

以"乐"为媒,以"节"赋能。音乐节不仅是歌迷与偶像的近距离相见,也是游客与城市的美好邂逅。

"音乐节看了√王源见了√青果巷和天宁禅寺去了√""昨天看完一场,今天带家里人在附近逛逛""顺道去常州市内游玩了一天,真是个好地方"……来自乐迷游客的后续分享,是音乐节人气延伸到"吃住行游购娱"全产业链的最佳注脚。

雪堰镇、太湖湾自不必说,以音乐节为引线,用好生态资源的厚实"家底",一条链串起果品采摘、农事体验、田园康养、户外露营等方方面面,全域可游魅力空间加速形成。

距嬉戏谷不远,生态秀美的雅浦村近年来就紧抓机遇,不断升级配套,迎接人气辐射。村党总支书记陆育峰介绍,最近正是橘子采摘季,村里也成了乐迷微度假的好去处。"随着小黄鸭B.Duck主题亲子度假村项目落地,不久后还会有40多间民宿完工,4300平方米的草坪到时可容纳上百位远道而来的乐迷和露营爱好者。"

变音乐"流量"为城市"留量",湾镇有力推动文化、艺术、消费等"过湾进州"。在武进区湖塘镇、钟楼区三堡街分别经营民宿的"土鸡姐姐"对此就有体会——一到太湖湾音乐节,两家门店就会爆满。"入住的年轻乐迷特别多。很多人是第一次来常州,一般会住2到3天,顺便在附近游玩一下。"

推动音乐之旅共赢,常州出台《关于加快推进文商旅融合发展的实施意见》,对组织举办单场5000人以上大型演唱会、音乐活动等演出的主体,每场给予演出营业收入1%的奖励;市文化广电和旅游局牵头建立全市文体旅重大活动沟通协调机制,联合公安、交通、网信等近20个部门,统筹解决相关问题;全市相关部门不断优化营业性演出审批流程,为"青春乐都"破圈提供有力支撑。

"对雪堰镇、太湖湾来说,这也是打响品牌、自我超越的一大机遇。"雪堰镇党委书记、太湖湾管理办党组书记武为锋表示,把音乐节作为促进融合和推动发展的重要抓手,湾镇将坚持守正创新、提质增效、融合发展,在守好"基本盘"的基础上创新求变,努力提升供给水平和服务质量,加快推动"旅游+""+旅游",延伸产业链、创造新价值、催生新业态,在文旅新风口进一步唱响湾音。

本版撰稿:周茜 殷雯馨 肖燕
本版供图:徐洋 夏晨希 唐伟