

25场演唱会之后 “流量”变“留量”

温州龙湾走出城市更新的新路

一座城区决定把演唱会当成一件事来做,是从什么时候开始的?对温州龙湾而言,转折点发生在2023年秋天。杭州亚运会落幕,温州奥体中心送走了最后一批运动员。这座5万人的甲级体育场接下来用来做什么,成了绕不开的问题。龙湾的答案是:开门迎演。两年多过去,这个答案正在被反复验证。从2023年至今,龙湾累计举办25场大型演唱会,入场观众近62万人次。

用大型活动和赛事做引子,倒逼基础设施升级,积累接待经验,最终把“过路流量”变成“过夜留量”。演唱会不再仅仅是演唱会,而成为城市更新中的重要一环。

怎么让人“住得下、走得动”

大型演唱会不是只把场馆门打开就行。散场的那一刻,才是考验的开始。

龙湾吃过苦头。最早的几场演出,散场后观众在路边等不到车,周边酒店早早挂出“满房”,网上抱怨不少。后来区里复盘,发现问题出在一个地方:散场太集中。几万人同一时间涌出,任何城市的基础设施都扛不住。

现在的龙湾已经形成了一套自己的打法。2026年5月15—17日,周杰伦在此连唱三晚,12万人涌入。一位从台州自驾来的观众说,提前在手机上约好车位,散场后跟着指示牌走,20分钟就上了高速,“比想象中顺畅太多”。

住宿是另一道难题。开票一周,奥体中心周边3公里酒店全满。龙湾的做法是启动备选方案——将“37°C文昌青龙公寓”1255套闲置房源转为临时住宿,单间218元、套间298元,凭票根预订。这不是哪个部门临时拍脑袋想出来的,而是此前几场演唱会积累的经验:散客涌入,住的问题不解决,其他免谈。

市容管理同样有章法。奥体周边设了2处临时便民疏导点,90余个摊主有序经营。数字城管平台自动抓拍,环卫工人随脏随扫。一个在疏导点摆摊的本地人说,演唱会期间生意是好,但规矩也严,“收摊以后地上不能有油渍,城管盯着呢”。

这些事说起来都不算大,但一件一件做到位,就是接待能力的底子。

小小票根里的生意经

住得下、走得动,是及格线。龙湾想得更多一点:人来了,怎么让人愿意多待一会儿。

最直观的打法是“票根经济”。这次的周杰伦演唱会,龙湾区永中街道联合全区249家商户,凭演唱会票根享受折扣——永强八盘八菜品88折,东篱下生态农庄免门票,几十家餐馆和便利店各有优惠。逻辑很简单:一



温州龙湾全城演唱会元素。

图据“龙湾发布”



观众在文昌青龙公寓办理入住。



周杰伦演唱会。

个歌迷下午到、晚上看演出、第二天走,和看完演出直接赶末班车走,对本地消费的带动天差地别。“票根优惠”的目的,就是给观众一个多留一晚的理由。

龙湾区文旅部门算过一笔账:一场演唱会3个小时,观众在场内的消费是固定的,真正有弹性的消费在场外。住宿、餐饮、交通、周边游。把场外链条做长,演唱会的经济账才算真正算得过来。

除了“票根经济”,龙湾也在试着把演唱会流量往更深处引。5月演唱会之前,周杰伦官方二次元IP“周同学”与温州非遗品牌“瓯奇刻”正式签约联名。

中国工艺美术大师叶萌春把黄杨木雕、瓯塑、瓯绣等传统技艺融入“周同学”文创产品,推出肖龙系列摆件和“周周牌”盲盒。6米高的巨型“周同学”大娃坐在南

洋公园叶萌春艺术馆门口,三天里成了歌迷排队打卡的新地标。而艺术馆内的体验才是龙湾真正想传递的东西——手艺的温度、本地的厚度。

一个城区做演唱会经济,能不能走到“票根+文旅”这一步,是区分“一次热闹”和“持续经营”的分水岭。

城市更新的一条新路

演唱会是一个人口,龙湾想讲的故事比这大。

就在今年,第十五届中国国际园林博览会公共环境艺术分会场落在龙湾。80件中外雕塑作品和11组光影艺术装置沿黄石山3.5公里景观动线展开,被称为“永不落幕的视觉美术馆”。“五一”假期,龙湾全域旅游接待游客66.9万人次,同比增长11.3%。

把园博会和演唱会放在一起看,龙湾的思路就清晰了:用大型活动和赛事做引子,倒逼基础设施升级,积累接待经验,最终把“过路流量”变成“过夜留量”。

这条路,国内不少城市走过。但龙湾有自己的条件——奥体中心是亚运遗产,市域铁路是现成的交通骨架,温州庞大的民间消费力是底气。关键是能不能把这些条件串起来,让演唱会不只是演唱会,而是城市更新的一环。

当地有一句口号:“潮龙湾,向未来”。字面上看是年轻化的表达,翻开来,是一个制造业底色深厚的城区在找自己的新位置。

从2023年亚运会到2026年园博会,从承接的第一次演唱会到如今周杰伦三晚连唱,龙湾一直在做一件事:让外界重新认识它。演唱会经济是手段,不是目的。真正的目的,是一座城区在转型中找到属于自己的节奏。

曲终人未散。一场演唱会能留下的,不只是一串消费数字。对龙湾而言,它更像一次在聚光灯下的自我证明——这座城市接住了。而比接住更重要的,是它已经接住了25次。

综合《温州日报》、澎湃新闻报道