

从艾德·希兰演唱会 看“知音杭州”城市品牌如何走向国际化

2月24日至3月2日，英国创作歌手艾德·希兰在浙江杭州举办“+—=÷x Tour”演唱会。演唱会上，《perfect》《shape of you》《shivers》等大家耳熟能详的英文金曲一首接着一首，引得歌迷们齐声歌唱。对杭州市文化广电旅游局来说，引入此次演出，是发展升级版演唱会经济、打造高质量“赛会之城”的一枚重要落子。

由于在文旅消费层面巨大的带动效应，近年来，多地都刮起了演唱会经济的风。在这条越来越“卷”的赛道上，杭州先行一步，走在风口的前端。



破局

——硬实力筑基，竞逐国际演艺新赛道

大型演唱会城市文旅能量的放大器。当艾德·希兰的吉他声在杭州奥体中心体育馆响起时，近万名观众的欢呼不仅是对音乐的热切回应，更是对杭州这座城市文化魅力的认可。作为艾德·希兰此次全球巡演的一站，杭州的“胜出”绝非偶然，而是一份融合了“硬实力”与“软服务”的生动答卷。

承接世界头部艺人演唱会，杭州底气何在？后亚运时代，场馆设施的全面升级或许是其中之一。奥体中心体育馆的360度环绕屏、智能声学调控系统、1.8万张符合人体工学的座椅，对标国际先进标准。但硬件仅是基础，更多竞争力在于对于“亚运遗产”成熟的运营经验。面对艾德·希兰“7天6场”的超密集排期，场馆团队通过预演模拟、智能调度系统和分班轮岗机制，实现了设备维护、清洁保障与安全管控的有效衔接，高效执行力令国际团队赞叹。

硬件与软件的同步提升，同样离不开政策的精准引导。2024年，杭州市文化广电旅游局联合多部门出台促进“演赛展商旅”联动发展实施方案，从资金补贴、审批流程到宣传推广提供全链条支持。

“如今我们在引进演艺项目的选择上，会更聚焦稀缺性与国际影响力。”杭州市文化广电旅游局艺术处处长黄江平介绍，艾

德·希兰演唱会项目落地前，杭州与多个一线城市激烈角逐，最终凭借丰富的大型赛会运营经验，巨大的文旅消费潜力，沉浸式、丰富的文旅体验及不断升级的国际影响力“胜出”。钱塘江灯光秀轮播演唱会主题画面、地铁全网覆盖巨幅海报、商圈打造主题快闪店，将“国际杭”的形象与演唱会深度绑定，形成“未演先热”的传播效应。

数据再次印证了战略眼光。数据显示，首轮开票当天，6分钟售罄，最高30万人同时在线抢票，购票页面浏览量最高峰值141万。6场演出吸引6.5万人次观众，其中65%来自省外，2.5%为境外游客，覆盖20余个国家和地区。

一场顶流演唱会的价值，远不止舞台上的光影与音符。当艾德·希兰的歌声与杭州的城市脉动同频共振，这场音乐盛宴的“溢出效应”已悄然渗透进当地文旅生态的血脉。这些可以从奥体中心周边商圈的人流涌动、西湖畔夜游项目的客流激增、国际游客对城市服务的由衷赞叹等细节中看到，其搅动了杭州文旅经济的“一池春水”，更是城市品牌与人文气质的“双向奔赴”。

杭州市文化广电旅游局党组书记、局长楼郁捷介绍，今年，杭州将继续加大国际演唱会的引进力度，让更多的赛演流量转化为文旅的消费增量。



《新龙门客栈》



《西湖东坡》

共生

——促能级跃升，壁画城市品牌国际篇

艾德·希兰演唱会的余音未散，杭州已将其视为城市品牌升级的机会。这场演出不仅是文化消费的爆点，更是杭州“用音乐链接世界”的一篇动人乐章。

2月28日，艾德·希兰闪现剧院风荷景区的玉带晴虹桥亭，与中国艺人周洁琼“梦幻联动”，合作演绎歌曲《Kiss Me》，吸引了不少市民、游客。吉他声与琵琶声回荡在波光粼粼的湖面上空，一幅既有江南韵味又有国际活力的有声画卷跃然眼前。

如今，渗入杭州城市肌理的“音乐基因”已与城市气韵产生共生关系。2022年，杭州在全省率先启动并带头开展“文艺赋美”行动，促使优质文艺资源下沉和全社会资源激活，鼓励广大文艺工作者走下舞台、走近群众，开展高品质、高频次的街头展演。两年多时间，在杭城的街道、公园，或是在艺术场馆，处处都能听见歌声、乐器声……作为“美”的重要载体之一，文艺走出了剧场、舞台，走出了围墙、屏幕，流动在城市的大街小巷。京剧、越剧、昆曲、舞蹈、魔术、西洋乐……不用买票进音乐厅，市民、游客在街头转角就能邂逅多种多样的文艺演出。此次演唱会在杭州引起的轰动，便是这座城市“知音之美”的生动体现。

去年周杰伦演唱会期间，西湖边一场演唱《东风破》的普通市民被邀请至内场与周杰伦同台，相关视频播放量破亿，后被网友亲切称为“西湖大爷”。有网友评价：“草根与顶流的共鸣，正是杭州文化包容性的缩影。”

在杭州，文旅融合的深度实践，更体现在旅游演艺和演艺新空间的多元创新中。《新龙门客栈》的火爆出圈，《疯狂理发店》的场场满座，《燎原》《茶无此人》《66LIVEHOUSE》等“小而精”“小而美”的新空间多元艺术表达，让杭州的文化市场更加年轻化，给消费者提供了更多文化消费选择。2024年，杭州推出《西湖东坡》驻场秀融合诗词吟诵与宋式美学，成为夜经济的文化引擎；《今夕共西溪》通过全息投影与沉浸式剧场技术，让观众穿梭于千年时空；《如梦上塘》以运河游船为载体，打造行进式实景演出，重现古运河的繁华盛景；《湘湖雅韵》将亚运会开幕式的水上舞台复刻至湘湖，湖水天空皆为展现艺术炫酷的舞台。

从“西湖大爷”的即兴演唱，到艾德·希兰的吉他弦音，从大型演唱会的万人狂欢，到街角巷尾的文艺星火，杭州正以文旅深度融合为笔，向世界展示“知音之城”的独特气韵。

赋能

——软服务润城，打造温度文旅新体验

一场国际演唱会，考验的不仅是舞台效果，还有城市公共文化服务的精细化与人性化，更是“音量”能否成为“留量”的直接体现。艾德·希兰演唱会杭州站中，杭州以“知音”理念为核心，将文旅服务融入每一个细节。

为应对外地观众需求，杭州提前优化服务链。奥体中心设置双语导览系统并安排了百余名外语志愿者，重点商圈实现外卡支付全覆盖，部分酒店开通“国际游客专属通道”。来自哈萨克斯坦的阿娜尔感叹：“从扫码购票到打车出行，杭州的便利性远超预期。”“场馆外，智能寄存柜、共享充电站与机器人引导员等科技配置，既彰显“数字之城”的底色，又让游客感受到实用和关怀。杭州通过完善文化公共服务体系，让城市成为国际游客的“知音”。

演唱会现场，情感共鸣的设计进一步放大了文化旅游带来的情绪价值。结合艾德·希兰“情歌诗人”的浪漫标签，杭州巧妙策划“浪漫杭州”主题互动，联合社交媒体征集5对情侣，在《Perfect》旋律中现场求婚；演出尾声，国际钢琴家郎朗惊喜助阵，共奏经典曲目。这些瞬间通过短视频裂变传播，让杭州的“知音杭州”形象更深入人心。一位上观观众在社交平台写道：“西湖的夜色与演唱会的余韵交织，整座城市仿

佛为浪漫而生。”

“余音”之后，如何留客？杭州市文化广电旅游局早早为游客准备好“玩转杭州”的“逛吃逛吃”City Walk（城市漫步）游戏。歌迷可以在“西湖十景”中感受移步易景之趣，夜爬北高峰，到武林夜市感受市井烟火，赴东巢艺术公园和天目里做一回时髦文青，解锁“演唱会+微度假”的双倍快乐。

