

第十三届太湖湾音乐节10月1日至4日燃情开唱

太湖湾一场音乐节，何以“唱响”一座城

金秋十月，太湖之滨，音浪将再度澎湃。10月1日至4日，常州喜力®星银®·第十三届太湖湾音乐节将在常州嬉戏谷燃情开唱。从第一届的几千名观众，到如今一票难求的顶流盛事；从一场单纯的艺术尝试，到连续多年问鼎全国音乐节票房榜的标杆IP——太湖湾音乐节的故事，正在湖光山色间写下新的章节。 何泽宇 刘熙 张斌



票房四连冠，常州凭什么

如果把太湖湾音乐节的成功简单归因于“阵容够硬”，显然低估了它。数据是最好的注脚：今年5月落幕的第十二届太湖湾音乐节，4天吸引超14万名乐迷奔赴，其中省外观众占比高达70%，18至30岁核心年轻群体占比75%，实现营收约1.2亿元，带动周边产业收益超9亿元。在4月落幕的2026中国演出交易会上，《2025现场音乐演出市场分析报告》显示，常州已连续四年位居全国音乐节城市票房第一，太湖湾音乐节连续三年夺得全国音乐节单场票房冠军，已连续八届获央视等国家级核心平台报道，全网话题阅读量破亿。第十二届音乐节以“青春最强音，乐响太湖湾”为主题，“王中王”组合等名场面在社交平台持续刷屏，再度印证太湖湾的“顶流”体质。

音乐节红海之下，常州何以独占鳌头？答案藏在三个关键词里。

其一，政策托底、服务至上。常州早已把“青春乐都”作为城市核心文化IP：出台《2025年常州市营业性演出奖补实施细则》，创新设立演出经济发展专项资金，推行大型演出审批“一日办结”、重点项目“一项目一专班”。太湖湾更把“保姆级”服务做进了细节——免费接驳大巴覆盖周边城市，度假区停车位逾万个，地铁运营时间延长；2024年音乐节期间，当地组织千余名镇村干部担任志愿者，协调公安、消防、医疗等2000余名工作人员全程护航，数万人散场最快仅45分钟，走出交通组织与疏散的“太湖湾速度”。2022年，第五届音乐节因恶劣天气取消部分演出，主办方自掏腰包、一个月后为乐迷补办专场——“承诺必达”让“暖心湾”的美誉在全国乐迷圈中口口相传。

其二，读懂青年、击中情绪。音乐节本就是青春的主场。第十二届太湖湾音乐节，25岁以下乐迷占31%，26至35岁占47%；导演团队几乎由“95后”撑起，把最潮流的视觉语言搬上舞台；3000名志愿者中，青年占比超七成。极致出片的场景、丰富多元的玩法、高颜值的潮流布景、轻松活跃的社交氛围，让音乐节不止于听觉盛宴，更成为一场轻量化、高质感、强社交的沉浸式派对——这恰恰击中了Z世代的个性化需求。

其三，城市基因、双向奔赴。一座工业之城，何以音律跳动？答案是年轻人自带干劲，城市就有活力。全市16个青年发展型街区、27个青年夜校点位、近120门课程，为青年成长搭台；“苏超”造梗不断，文化广场“野生演唱会”年均吸引市民游客超750万人次，整座城市处处涌动着青春气息。当流量到来，常州更懂得如何将其沉淀为“留量”：行业数据显示，全国音乐节平均每届营收约3500万元，太湖湾音乐节达到行业平均水平的3.4倍；中国演出行业协会测算，每支出1元演唱会门票，可带动周边消费4.8元。2025年，常州大型音乐节和演唱会拉动综合消费超60亿元，外地乐迷平均停留2.3天，餐饮、住宿、交通、景区门票等周边消费实现倍数级增长——一场音乐节，就是一场城市经济的“乘数效应”实战演练。正因如此，太湖湾音乐节先后斩获“水韵江苏”国内旅游宣传推广十佳案例、江苏人文经济首批入库案例、中国文旅大消费龙雀奖等十余项权威荣誉，成为全国“音乐+文旅”融合的标杆样板。

“流量”变“留量”，武进的“下一曲”

放眼全国，音乐节市场已进入“减量提质、精品化运营”的深水区——2025年全国大型音乐节票房达28.9亿元，同比增长22%，观演人次却同比下降6.1%。如何在红海中保持生命力？太湖湾的答案是：永远比乐迷多想一步。

第十三届的迭代清晰可见：更年轻的阵容、更多元的曲风、四天不重样的主题编排，以及继续升级的现场体验。而跳出音乐节本身，一场“音乐+”的产业变革正在武进全面展开。武进区提出“四城”联动发展格局，将太湖湾定位为高品质休闲度假城，依托滨湖水魅力升级文旅休闲与康养度假产品；雪堰镇以“和美雪堰镇、休闲度假城”为定位实施“3610”发展战略，依托太湖湾音乐节塑造“音乐+”文旅融合新业态。太湖湾旅游度假区持续做优“音乐节+”模式，产业链延伸至休闲生活节、户外露营节、戏剧节，联动太湖村、雅浦村等周边村落开发“景区+乡村”微度假产品，打造“悦享四季”活动品牌，全年举办60余场特色文旅活动。此前国庆假期，武进全区纳入统计的13家主要景区、乡村旅游点营收同比增长38.76%，音乐节对区域消费的拉动效应可见一斑——音乐节带来的“流量”，正沿着太湖蔓延进田野和街巷，让“湾镇融合、产城人文”的愿景落地生根。

更值得期待的是，音乐正与这座城市的产业基因深度共振。第十二届音乐节上，人形机器人在入口指引乐迷，本土车企亮相展区探索“音乐+工业旅游”融合路径，武进的智能制造优势成为音乐产业的“神助攻”。放眼全市，常州已构建起“大型演出+小剧场+户外演艺”的全域生态：全省首个万人级室内演艺中心——新龙湖演艺中心投入使用，金坛长荡湖、溧阳天目湖等新兴音乐节场地加快布局，Livehouse、小剧场、沉浸式演艺多点开花。今年以来，常州大型演出场次与观众人次持续攀升——仅1至8月，全市就举办大型营业性演出14场次、吸引观众超26万人次；9月，江苏省演艺市场赋能活动在常州举办，进一步擦亮“青春乐都”招牌，演艺矩阵日臻完善，“青春乐都”的含金量越来越高。

从一场音乐节，到一条产业链，再到一座城市的青春名片，太湖湾用八年时间证明：当音乐遇见诚意，当服务遇见温度，“流量”终将沉淀为“留量”，“留量”终将转化为城市发展的增量。10月1日，太湖湾将再次奏响序曲——这一次，会有多少颗年轻的心为常州而停留？答案，已写在风中。



四天四主题，阵容拉满

第十三届太湖湾音乐节定于2026年10月1日至4日举行，演出场馆为常州嬉戏谷（江苏省常州市武进区太北路1号）。8月24日，音乐节正式官宣定档，四日全阵容随之揭开面纱；门票于8月31日21时33分起在大麦、银河左岸等票务平台陆续开售，早鸟单日普通票399元起。本届门票设普通区与VIP区双档：早鸟单日普通票399元，预售单日普通票499元、VIP票698元，正价单日票普通区666元、VIP区888元。演出实行实名购票，主办方提醒乐迷认准大麦、银河左岸等官方渠道，谨防非正规渠道加价转售。

四天四种画风，本届音乐节延续“每日一主题”的编排思路，说唱、流行、民谣、摇滚无缝衔接——

10月1日，说唱狂欢日。Capper、弹壳 Danko、GALI、黄旭 Boom、加木、姜云升、李大奔 BENZO、Rapper 吴嘉轩、沙一汀 EL、田孟泽 Menzo Tyan、TIZZY、TOP Barry等说唱力量轮番登场，范丞丞的压轴亮相更让期待值直接拉满。

10月2日，华语金曲日。陶喆、安溦、陈绮贞、陈粒、戴佩妮等华语乐坛标志性声音齐聚太湖湾，陈婧霏、陈悦（小阿七）、戴萌、en 王翊恩、李佩玲、PostRadio 后电台、颜人中以及迎来音乐节首秀的赖伟明相继开唱，一场“大合唱预定”的浪漫之夜呼之欲出。

10月3日，摇滚盛宴日。新裤子、万能青年旅店、痛仰、二手玫瑰、告五人、回春丹（“大把时间璀璨”90分钟限定专场）、DOUDOU、麻园诗人、老狼、Hogee 李昆霖接续点燃舞台，乐队之魂与太湖夜风同频共振。

10月4日，收官狂欢日。坤音家族 QINs FAMILY 携 ONER、HIGH5、BC221 献上100分钟家族限定呈现，特邀嘉宾陈楚生压轴登台，与 ADD 男团、何浩楠、李耕耘、univu5、王一珩 OneSD、谢可寅 ShakingChloe、ZEAL_KEY 计划、赵小童等新生代力量一起，为四天的音乐狂欢写下“青春不散场”的收官注脚。

