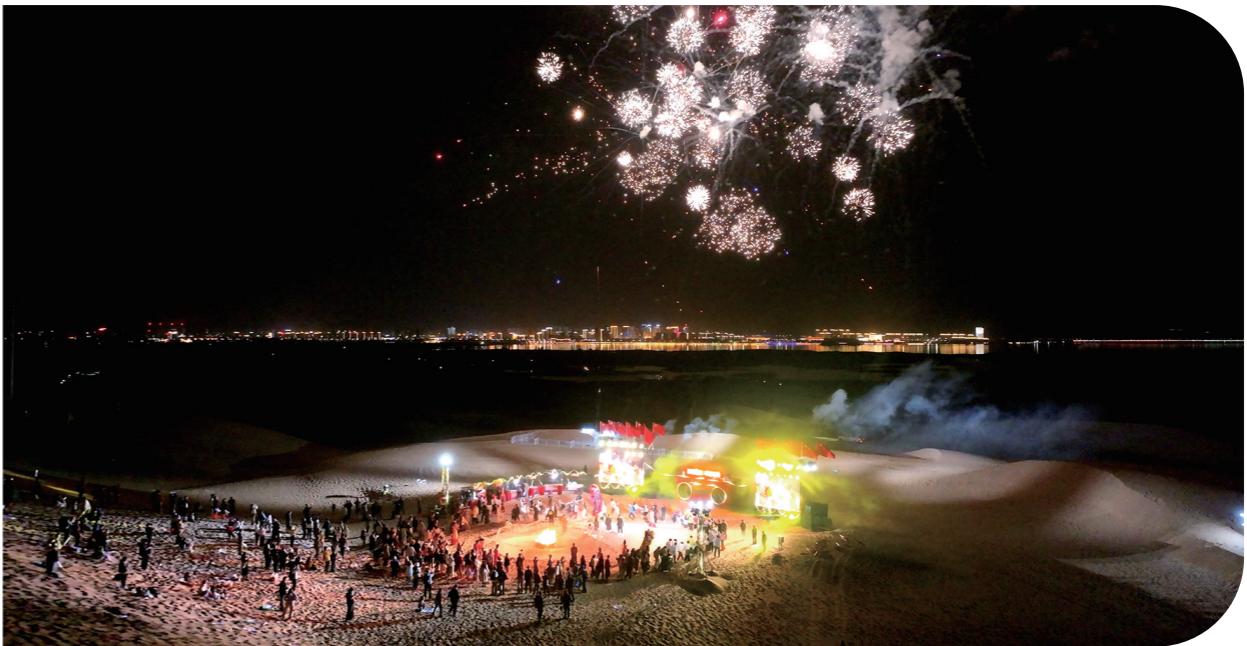




在音乐会尾声,游客们围着篝火跳舞歌唱。



“乌海沙漠看海音乐会”是乌海市首个大型常态化夜间文旅项目。

## 乌海沙漠看海音乐会 激活夜间旅游 塑造文旅品牌

□郝颯

当前,随着文旅市场持续火热、文旅融合日益深入,国内文旅产业正迎来前所未有的发展机遇。在这过程中,如何打造具有独特吸引力的文旅IP,已成为各地推动高质量发展、塑造文旅品牌的关键。

今年夏季以来,由乌海市委宣传部指导、乌海市文体旅游广电局支持、乌海市融媒体文化传播有限责任公司和乌海文旅集团联手打造的乌海市首个大型常态化夜间文旅项目——“乌海沙漠看海音乐会”,成功打破了传统音乐节的地域和形式限制,以极致的反差美学和深度的场景体验,实现火热“出圈”,为乌海文旅产业开辟发展新路径。

作为乌海市推进北疆文化建设提升行动的重要抓手,“乌海沙漠看海音乐会”积极响应自治区“歌游内蒙古”品牌战略的创新实践,巧妙融汇沙漠、湖泊、音乐等元素,将自然景观与人文艺术有机统一,为擦亮“沙漠看海·中国乌海”旅游名片注入强劲动能,也为弘扬北疆文化提供了可复制、可推广的鲜活样本。

### 当沙海被音乐点燃

今年国庆假期,连续举办6场的“乌海沙漠看海音乐会”成效显著,已成为“乌海游”的核心吸引点和流量引擎。该项目成功将乌海独特的沙漠与湖泊资源同爱国主题、时尚元素进行深度融合,为广大市民和游客呈现了一场高品质、多维度的文旅盛宴。

音乐会选址于乌海湖西岸——乌兰布和沙漠的“英雄坡”,舞台设计以老式录音机为造型,与沙漠背景形成强烈视觉对比,极具创意性。活动期间,每当夜幕降临,原本静谧的乌海湖休闲度假旅游区在音乐、灯光与烟花的交织中被全面激活。游客依沙坡而坐,向东可欣赏舞台、湖面与城市夜景构成的层次画卷,向西则能观赏落日余晖渲染沙丘的壮美景象,形成独特的北疆夜游体验,极大提升了互动性与传播性。

演出过程中,经典歌曲引发全场共鸣,游客与歌手齐声合唱

### 一场文旅盛宴破局出新

唱,现场气氛热烈。在烟花与篝火的烘托下,活动情绪持续高涨,欢声笑语与动人旋律回荡于沙湖之间,进一步强化了活动的沉浸感与感染力。

在“乌海沙漠看海音乐会”的带动下,国庆假期,乌海湖休闲度假旅游区人气高涨,共计接待游客7.86万人次,同比增长69.51%;总营业额665.9万元,同比增长75.5%,交通票收入410万元,二次消费收入255.9万元。

“乌海沙漠看海音乐会”已不仅仅是一场文艺演出,更以其强烈的视觉冲击力和情感张力,成为市民和游客争相奔赴的“诗与远方”。它的成功是乌海市在推进文旅融合、创新产品供给方面的一次重要实践,也为企业弘扬北疆文化、打造“沙漠看海·中国乌海”旅游名片、繁荣夜间文旅经济发展积累了经验注入了活力。



主舞台设计以老式录音机为造型。



游客依沙坡而坐,用心感受这场视听盛宴。

### 探寻火热“出圈”背后

“乌海沙漠看海音乐会”的成功,根植于其对传统文旅活动模式的颠覆性创新,其核心在于一场深刻的场景革命。

“沙漠”与“海”,是两种截然相反的自然景象,代表着干旱与湿润,荒芜与生机,静默与澎湃。乌海市巧妙利用乌海湖“沙中有海,海中有沙”的独特地理风貌,将这种天然的对立统一转化为无与伦比的场景魅力。在这里,听众脚下是滚烫的流沙,远望却是波光粼粼的乌海湖,耳边是现代音乐的节拍。这种极致的物理与心理反差,创造了强大的视觉奇观和话题性,满足了当代游客追求独特、渴望在社交平台展示“与众不同”体验的心理需求。这种稀缺性,是其能够迅速“出圈”的首要爆点。

“乌海沙漠看海音乐会”超越了以往“舞台、观众”的单一结构,将整个沙漠与湖泊带打造成一个宏大的、无边界的音乐会现场。观众不仅是来听音乐的,更是来体验一种生活方式的。他们可以在日落时分,赤脚踩在沙子上,感受从湖面吹来的微风;可以在星空下,围着篝火,与陌生人一同合唱。音乐成为了氛围的催化剂,而乌兰布和沙漠与乌海湖构成的整个空间,才是真正的演出本身。这种全身心沉浸式体验,极大地增强了活动的记忆点和情感附加值,使游客从被动的消费者转变为主动的参与者与共创者。

在快节奏的都市生活中,人们渴望逃离现有生活、寻求心灵慰藉。沙漠的辽阔给人以放空的自由,湖泊的静谧给人以安宁的抚慰,而音乐的共鸣则直接敲击心灵。三者结合,共同营

### 一次场景革命塑地域之美

造了一种强烈的仪式感——这是一场对日常生活的短暂逃离,一次与自然和自我对话的精神之旅。与此同时,主办方乌海市融媒体文化传播有限责任公司更以“宠客”之心,推出了免费品味手把肉等“诚意满满”的活动环节,这份独具北疆风情的待客之道,以最真挚的方式赢得了游客的广泛赞誉,让乌海的淳朴人情化为大家心中的一抹暖意,成为关于这座城市的一段温暖记忆。许多参与者在其社交分享中,不约而同地使用了“治愈”“浪漫”“暖心”等词汇,这表明音乐会成功触动了游客们的情感脉搏,从一场娱乐活动升华为了具有广泛共鸣的情感消费。

“乌海沙漠看海音乐会”在宣传上深谙新媒体传播之道。在活动前期,乌海市融媒体文化传播有限责任公司就通过高质量的视频、具有冲击力的图片,精准投放于微信、抖音等年轻人聚集的平台。活动期间,“乌海文传”“活力乌海”等微信平台还对音乐会进行了行进式直播。重要的是,来自观众们不同视角的短视频、文字、图片通过社交账号进行了更为广泛的传播,进一步扩大了音乐会的影响力,最终形成了线上线下联动的传播热潮。

特别在国庆期间,音乐会“手手相传巨幅国旗”环节,将爱国情怀置于壮阔的沙海之间,形成了极具视觉冲击力和情感穿透力的场景,引发了全场观众的自发记录与情感共鸣,使活动超越了单纯的娱乐范畴,升华为一场成功的爱国主义教育和城市形象宣传,取得了极佳的传播效果。



经典歌曲引发全场共鸣。



音乐会主办方全力为游客提供优质服务。

### 深挖地域特色资源 一份宝贵经验促文旅发展

“乌海沙漠看海音乐会”的“出圈”,为众多寻求突破的文旅目的地提供了宝贵的启示。

深挖地域特性,让资源禀赋成为文旅IP。乌海市没有盲目复制其他城市的音乐节模式,而是牢牢抓住了自己最核心、最独特的资源——沙漠与湖泊共生的奇观。这种启示在于:文旅创新的根本在于对自身地域特有文化的深度挖掘与创造性转化。每一个城市都有其独一无二的自然风貌、历史文脉和生活方式,关键在于如何将这些元素提炼、放大,并与现代审美、消费需求相结合,打造出属于自己的核心IP。

推动场景赋能,从景点观光到综合体验。未来的文旅竞争,好的场景体验是关键。“乌海沙漠看海音乐会”证明,单一的景点观光已难以满足市场需求,成功的文旅项目需要构建一个融合自然、艺术、社交、情感等多重价值的复合场景。政府与企业在谋划时,应思考如何通过设计、活动、服务,将一个物理空间打造为一个能与人产生深度连接的情感空间和生活现场。

创新表达方式,引发年轻群体情感共鸣。当前,90后、00后已成为文旅消费的主力军,他们追求个性、注重体验、乐于分享。“乌海沙漠看海音乐会”以其新颖、浪漫、反差的特质,精准地切中了年轻人的兴趣点。文旅营销需要学会用年轻人的语言,在年轻人的平台上进行沟通,创造他们愿意主动分享的内容,从而实现从“推广”到“共鸣”的转变。

促进产业联动,真正实现“一节带多业”。一场成功的音乐会,其社会效益绝不止于门票收入。它要带动的是当地的餐饮、住宿、交通、特产销售等整个产业链的发展,这便是“文旅+”的强大拉动效应。此次“乌海沙漠看海音乐会”采取完全市场化运营模式,从特色美食区的烟火气,到篝火旁的热情舞动,再到夜空下的璀璨华章,整个活动构建了一个完整的夜间体验闭环。这不仅标志着乌海市在拓展夜间旅游产品、丰富游客体验维度上取得了突破性进展,为后续夜间文旅项目的开发运营树立了标杆,更为其他地区发展夜间经济提供了可复制、可推广的乌海经验。

“乌海沙漠看海音乐会”的火热“出圈”,是一次基于地域特色的文化实践。它向我们昭示:在文旅融合的深水区,最大的蓝海在于对独特性的坚守与对体验感的极致追求。它并非简单地让音乐在沙漠中响起,而是让沙漠、湖泊与音乐三者共同谱写了一段关于暖心、浪漫与治愈的诗篇。这启示我们唯有扎根本土,勇于创新,用情感链接用户,用场景创造价值,才能在激烈的竞争中脱颖而出,让一座城市在人们心中,从地理坐标升华为心之所向的精神栖息地。



乌海市不断擦亮“沙漠看海·中国乌海”旅游名片。郝鑫 摄

(本版图片除署名外均由乌海市融媒体文化传播有限责任公司提供)