A

公开

常文广旅复〔2024〕62号

关于对常州市政协十五届三次会议提案

第0086号的答复

民革常州市委员会：

民革常州市委员会提出的《关于擦亮“常乐之州”城市名片，推动音乐“流量”变城市“留量”的建议》收悉，现答复如下：

2023年，常州顺利举办大型音乐节、演唱会22场次，吸引乐迷超过60万人次。据大麦平台和灯塔专业版数据，常州位列2023年“全国音乐节票房”和“音乐节想看用户城市"两个榜单第一，为常州带来近60亿元的文旅消费。2024年，长荡湖芒禾音乐节、新龙潮流音乐节、凤凰传奇演唱会、第八届太湖湾音乐节相继开唱，更是带火了常州“青春乐都”IP，网络话题热度居高不下，城市品牌形象、知名度也得到进一步提升。

一、建立协作机制，优化文旅营商环境

年初，市政府办牵头建立了《常州市大型营业性演出活动管理市级协作机制》，协作机制成员由文旅、网信、公安、城管、交通等8部门组成，明确了风险研判、舆情监控、协同监管等6方面主要任务，同时也明确了各部门在演出活动中的职责。通过协作机制提高相关保障力度，达到进一步优化文旅营商环境的目的，更好的解决以前演出活动中暴露出的问题。其中体育部门将加强演唱会场馆建设和已有场馆的修绪维护，完善配套硬件设施，确保场馆设施、设备和场地状态良好；交通部门针对拒载、挑客等服务质量问题，将强化出租汽车市场监管，加大现场执法力度，及时受理乘客投诉举报，依法查处出租汽车违法违规行为。督促网约车平台和出租汽车企业严把驾驶员准入关，对驾驶员加强政策法规、职业道德、服务规范、安全运营等岗前培训和继续教育，提升驾驶员的职业素养和服务意识；网信部门将加强与相关重点部门的沟通协作，完善网上舆情一体化处置机制，稳妥处置涉音乐节、文艺演出网络舆情，积极营造常州文旅良好形象。

二、举办特色活动，激发文旅消费新动能

聚焦“龙年游龙城”主题，紧扣“五一”“十一”等时间节点，策划推出各类新兴文旅产品。运用短视频等手段增加曝光度，打造沉浸式、数字化文旅消费新场景，探索“体验展 音乐节”，开展贴近年青人消费喜好的露营、潮牌发布会等活动，实现“音乐 ”多元场景的消费模式，切实把流量转化为“留量”。商务部门将持续推进“江南美食之都”星级示范餐厅、特色美食集聚区评选，培育有内涵、有故事、有温度的江南饮食文化名片，同时将进一步丰富音乐节期间餐饮消费供给，把音乐节与江南美食节等重点系列活动有机结合，鼓励全市老字号商户、特色非遗商户、文创潮流商户积极参与音乐节，通过搭建老字号主题简市集、举办美味品尝和手作体验等展示常州文化和老字号企业风采，将“江南美食之都”与“青春乐都”城市名片有机结合，发挥合力。

三、创新营销策略，推动音乐文旅深度融合

聚焦“太湖湾”和“新龙”两大音乐节品牌，进一步增强音乐节的多元属性，利用音乐节人流量，在整个音乐节场地及周边精心规划具有常州旅游特色、常州文化的展示内容，加深对常州的城市印象，加大常州文旅推荐力度;充分借助互联网文化产业，通过文学、动漫、影视、游戏、直播等新渠道与科技、创意、研发、数据等新要素的结合，加大户外音乐节品牌对历史文化、风景旅游、风俗民情等本土要素的深度挖掘;加大文旅惠民政策，音乐节期间持续推出免费接驳车、降价停车、道路交通引导、外地来常游客公共交通免费坐、优化公交路线、延长地铁运营时间、旅游直通车、半价游景区等惠民措施。

签 发 人：严 俊

经 办 人：张 凯

联系电话：85682524

常州市文化广电和旅游局

2024年6月7日

（此件公开发布）

抄送：市政协提案委、市政府督查室。

常州市文广旅局办公室 2024年6月14日印发