

咖啡节、香橙音乐节
港口文化节……
**一个周末
多个节日!**
**“造节”方兴未艾
年轻人肯买单吗?**



咖啡节现场
集盒广场供图



香橙音乐节现场
宁波文化广场供图



港口生活节现场
中国港口博物馆供图

刚刚过去的这个周末,宁波的“文艺中青年”们有点忙。咖啡爱好者聚集在集盒广场的咖啡节,音乐爱好者在文化广场的香橙音乐节,时尚达人则选择相聚在北仑的港口文化节……虽然周五周六的天气并不给力,但丝毫不影响大家的热情。

节日不仅仅在城区。上周末,单宁海县一地就有桥头胡樱花节、胡陈桃花节、桑洲油菜花节、长街蛭子节……据不完全统计,桥头胡街道的樱花节自开幕以来,4天就接待游客4万余名。节庆经济对地方发展的动力和引擎作用有目共睹,音乐节、潮流节,还有各种艺术节、生活节、美食节、啤酒节、露营节……当传统节庆已不能满足刺激经济的需求,“造节”便应运而生。区别于传统的节日,越来越多的“新节日”活跃在都市中的各个商圈、时尚街区,占据年轻人的周末,以不同的精彩满足不同受众的情绪和价值需求。宁波的“新节日”有多火?市民是否愿为此买单?记者进行了调查。

**2 “新节日”越多越红火
商家开心市民买账**

上个周末,网友“橙子”连赶了三场活动,虽然有些匆忙,但在宁波可以同时感受不同的文化氛围,她觉得很值。“周五去了咖啡节打卡;周六去香橙音乐节;周日天气好,带着孩子去了北仑港口文化节;晚上把孩子送回家,又赶去香橙音乐节听焦迈奇!”说起上周末的安排,“橙子”一脸兴奋,她说,之前很羡慕重庆、武汉那边的文化氛围,还专门周末跑去上海参加活动,没想到现在家门口也能打卡各种“节”,很满足,希望以后还有更多更丰富的活动。

陈小姐是位资深咖啡爱好者,上周六她打卡了宁波咖啡生活节。当天虽然阴雨绵绵,但她仍然选择排队。花一小时打卡北京四分之一咖啡,

又花45分钟排队麻雀咖啡,她觉得很难得可以在一个地方喝到全国各地的咖啡。“在排队的很多都是咖啡的资深爱好者,我和排在后面的妹子聊了几句,发现都去过很多城市打卡咖啡,越聊越投机还加了微信,能够认识志同道合的朋友,排队也觉得不亏了!”

除了外地咖啡品牌,本地咖啡也有自己的拥趸。本地咖啡品牌Aged青年主理人李晓荣今年是第三次参加咖啡节。“每次来都能结识一群行业的新朋友,收获一批铁杆粉丝,这对我来说是一个磨炼技能、拓宽人脉和创新升级的好机会。”此次咖啡节他带领团队将“丝绸之路”“黑森林”等特色咖啡产品搬到了更大“舞台”,受到欢迎。

**3 “造节”效果明显
带来直接经济效益和影响力**

近年来,越来越多的“新节日”风起云涌,就拿其中最火爆的音乐节来说,作为一种城市“造节”新业态,已从最初的小众文艺活动,成为越来越多都市人的生活方式。自2014年开始,宁波文化广场就以多元的音乐交流为主题,举办了一场场全城瞩目的户外音乐节,从“夏至音乐日”到原创音乐品牌活动“宁波香橙音乐节”“宁波香橙新星计划”“橙浪音乐季”等,为甬城源源不断地注入音乐活力。其中,宁波香橙音乐节自2017年起至今已连续举办5届,是宁波本土最具影响力的音乐盛事之一。

宁波咖啡生活节,今年也已是举办的第三年。集盒广场企划部负责人、宁波咖啡生活节负责人汪盈告诉记者,去年的咖啡节,周末两天就吸引了5万名市民游客走进这里,带动了周边商

家营业额的提升,最高提升了100%-200%。

“港口生活节”市集负责人则表示,此次市集招募非常火爆,报名摊位数量大大超过预期。“大家看到港口博物馆的照片就很感兴趣,在山海之间,博物馆周边的文旅资源,对摊主也是很大的吸引,为了让外地摊主玩得开心,活动前我们还特别准备了北仑当地的吃喝玩乐攻略。”

说起为什么要办生活节,中国港口博物馆馆长冯毅告诉记者,开馆9年来,博物馆重点围绕精品展览、社会教育、研究保护等方面开展活动,努力给市民提供优质的文化滋养,但也一直在思考,如何给走进博物馆的游客观众提供更多的选择。“我们觉得生活节是一个吸引游客很不错的方式,它让博物馆变得更加温暖、有趣,用更为跨界、多元的方式,去链接当下的美好生活。”

**4 “新节日”满足青年社交需求
与城市发展关联性更高**

“新节日往往出现、流行于年轻人中,这与他们创造力强、易于接受新鲜事物是分不开的。新节日的出现满足了年轻人社会交往的需求。”甬上社区研究专家、宁波财经学院地方合作与继续管理中心主任、宁波市研学旅行专业委员会秘书长葛云锋认为,层出不穷的节日并不是无中生有,而是人类社会交往秉性的现实映照,众多节日就像是一个个特殊的社交场景,把社会网络中的人、事、物都连接了起来。“我们会因为建立了一个相互的新连接而开心快乐,快乐就

能够在相互交往中传递,独乐乐不如众乐乐。这就是现在所谓的场景生活化,也是年轻人愿意为各种节日来买单的根本原因。”葛云锋表示,新节日以满足人们的一些需求为基础,加以商业的推动,有意义、有价值的,自然会受到喜爱,成为本地生活方式的重要组成部分。“目前来看,现在的城市‘造节’更具平台性和开放性,与城市经济社会文化发展的相关性越来越高,也更加符合市场规律。”

记者 张海玉 王悦宁

**1 一个周末三个节
年轻人忙着到处打卡**

53个独立咖啡品牌、34家个性艺术零售、14家街头风味美食、26家合作品牌……3月24日到26日在集盒广场的宁波咖啡生活节,早在一周前海报就刷屏了朋友圈。网友“大花”早早就做了攻略,预设了想要去打卡的几家咖啡,但到现场,还是被眼前的人山人海吓到了。“周五下午就想趁着工作日来打个卡,结果开着车绕了半小时也没在附近找到停车的地方。后来在朋友圈看到,打卡的人群根本没有被雨天吓退,我想打卡的几家都要排队半小时以上。周日看到天晴,我坐地铁来的,发现咖啡摊位排队更长了。”

周末在大雨中坚持的,不仅是咖啡的爱好者,还有专程从各地赶来看音乐节的年轻人。3月25日-26日,宁波香橙音乐节在文化广场火爆开唱,每天长达6小时的精彩演出,让全国各地赶来的乐迷们大呼过瘾。“我们1.3万张票全部售罄。为从全国各地赶来的乐迷们献上全天候、高品质的音乐文化狂欢盛宴。”宁波文化广场商管公司负责人介绍。

3月25日-26日,在北仑区的中国港口博物馆,也有一场“港口生活节”开展,上万名市民游客走进这里,以另一种方式解锁了博物馆的全新生活。整个生活节以“寻海·造梦·博物馆”为主题,分为港口漫行、万物春生、海上剧场、博物解谜、艺术充能等五大板块,涵盖了先锋戏、音乐、剧本杀、市集、展览、夜宿、亲子、潮玩等26项不同类型的文化艺术互动体验。