

中青报·中青网记者 李 强文并摄

刚过去的端午节，“煤铁之乡”山西晋城被“点燃”了，这一次靠的不是能源矿产，而是摇滚乐。

一场名为“摇滚编年史”的演唱会在此举行。短短两日之内，这座太行山麓的小城，涌入6万名摇滚乐迷。这是晋城建市40年来，从没经历过的。当地政府协调了490辆公交车免费接驳，备好7200个停车位。城里的交警抽调大量人手到现场指挥交通、维持秩序。

人们惊叹于演出阵容的难得，又疑惑为何主办方会选择晋城。

许多晋城人没见过如此热闹的景象。通往演出现场的路，总在午饭前后堵得水泄不通，京、冀、鲁、豫等地的车，在路上缓缓行驶。异常忙碌的出租车司机感叹“跟过年似的”。连本地摆摊卖水果、卖凉面、卖烤肠的小贩，也慌忙赶往现场，想赚上一笔。

中国演出行业协会给出的数据显示，去年，国内5000人以上大型营业性演出0.27万场，万人以上演唱会场次同比增长84.37%，有180座城市举办了大型演唱会，除票房收入外，直接带动观众综合消费超2000亿元。

“文旅拉动”已成为我国消费增长的新引擎。许多城市都想装载上这样的“引擎”，晋城也一样。

造梦

消息刚传来时，许多人以为这是一场骗局。

“这帮人都多大了！”46岁的晋城摇滚乐迷陈建中听说此事时，第一次反应是“不可能”。到4月初，“官宣”来了，还有人不信。有人给晋城市文化和旅游局的官员发去消息，打探虚实，得到肯定的答复。

64岁的崔健要来，62岁的黄贯中要来，58岁的张楚要来，黑豹乐队、唐朝乐队也要来，还有面孔乐队、指南针乐队、高旗&超载乐队、地下婴儿乐队、郑钧、谢天笑、汪峰。他们是中国第一代摇滚乐队、音乐人，出道均超过30年，经历了中国摇滚的跌宕起伏。

演唱会举办地点，定在晋城市泽州县的丹河体育场。

提起晋城，许多外地人没听说过。略有耳闻的人知道这里地处晋东南，历史悠久，盛产煤炭。用当地人的话说，它曾是一座“趴在煤山上”的城市。

丹河体育场在市区10公里外的丹河新城，一年前才投入运营，连同附近的住宅楼、学校、酒店、大剧院、商业街等，多是2019年后新建的。平日里，这儿有些冷清，有出租车司机说，之前很少到此揽活儿。

晋城市2025年政府工作报告中提到，要让丹河新城尽快活起来、火起来。

“大家建造一座城，不要让它变成一个死城、鬼城、空城。”丹河新城建设投资集团有限公司（以下简称“丹河集团”）相关负责人柳志胜告诉记者，房地产市场低迷的情况下，他们一直在思考，“活”与“火”要以什么为载体，那些新建场馆如何用起来，也一直在四处招商。

今年2月，柳志胜带队到杭州招商时，机缘巧合下考察了中国数字音乐基地，在那里，他见到了音乐人马智勇。那时，马智勇正在筹备“摇滚编年史”演唱会，尚未定址。

柳志胜告诉记者，他当时就对这场还没“落地”的演唱会产生了兴趣，他想，晋城也许可以。生于1967年的柳志胜也听摇滚乐，崔健的那首《一无所有》曾带给他那一代人强烈的精神共鸣。

2025年是晋城建市40周年，和中国摇滚乐同龄。作为典型的资源型城市，这里是全国最大的无烟煤、煤层气生产基地，挖煤历史有两千余年。随着资源的枯竭，晋城一直在探索转型之路。如今，建设全国文旅康养样板城市和知名文化旅游目的地，已列入其发展战略。

晋城市委书记王震在2024年接受媒体采访时说，“文旅康养产业是消费新蓝海、增长新动力”。去年颁布的《晋城市全域旅游促进条例》是山西省首部推动“全域旅游”发展的促进型地方立法。

与柳志胜会面后，马智勇受邀去了晋城。他能感受到，“这里太需要这种活动了”。在黄河的二级支流丹河河畔，他见到了崭新的丹河体育场。当地人的热情与诚恳，也给他留下很深的印象。

“当时聊的时候(他们)说，这个事儿就定啦，你就把××拒绝吧，我们‘砸锅卖铁’也支持你把这个事儿做了。”马智勇记得。从有初步意向到正式签约，晋城很快便完成了审批流程、场地协调、宣传资源整合等环节。

演唱会敲定前，柳志胜逐级给县、市领导发出电汇报此事，他告诉记者，汇报完之后，他们都支持。柳志胜至今记得市委书记跟他说的话，“这是宣传晋城的非常好的方式，你干吧。但是就是给你两个字(的要求)——‘安全’”。

晋城市文化和旅游局(以下简称“文旅局”)相关负责人董文军3月听闻此事时，也很支持。他告诉记者，晋城在城市宣传上，也有自己的焦虑，省会城市太原近年来音乐节办得火热，他多少有些羡慕，曾去考察过，这场演唱会会对总保持着低调的晋城是一次引流的机会。

有报道称，太原2024年举办的32场大型演唱会，吸引了近百万名观众前来，直接带动41亿元的消费增长，极大促进了夜间经济的发展。

晋城种手乐队吉他手周红征得知“摇滚编年史”演唱会要在晋城办时，担心晋城“能不能hold住(掌控、把握住)”。

他说：“一般的音乐节，通常只有一个‘角儿’，这次全是‘角儿’。”

摇滚乐迷圈里流传出这样一句话：“1994年香港红磡的摇滚演唱会错过了，这次就算徒步也要走到晋城。”

冰点特稿第1330期

煤炭之城转型路上的摇滚



6月1日，山西晋城，丹河体育场内的乐迷。



5月31日，山西晋城，唐朝乐队在丹河体育场内演出。



5月30日，山西晋城，演唱会前一天，体育场内的工人观看乐队排练。



6月1日，山西晋城，演唱会第二天，丹河体育场外的烤肠摊。



5月31日，山西晋城，演唱会开始前，丹河体育场外的摇滚乐迷。



6月6日，山西晋城，演唱会举办期间，摇滚乐迷在玉皇庙内便签上的留言。



6月1日，山西晋城，演唱会第二天，丹河体育场外的路边坐满围观的人。



6月3日，山西晋城，演唱会结束后第二天，“造梦屋”live house演出场地。

唤醒

4月30日，“摇滚编年史”演唱会首次开票便很快售罄。

票务平台最初的数据显示，超过九成购票者来自山西省外，其中有不少海外摇滚乐迷。后来的数据显示，两天里，晋城丹河体育场接待了近6万名乐迷。

董文军说，这是晋城建市40年来，外来客流量最多的一次。以至于这座城市罕见地登上某旅行服务平台“全国酒店热度上升榜”的榜首，住宿“一床难求”。

在城里，许多酒店都显示“满房”，当地民宿预订量激增340%，市中心一家酒店71间客房不出意外地满客了，有人只好选择与陌生人拼房。

这波流量，晋城想要接下，也并不容易。

全市只有219万人口，市区看上去像个大县城，举办大型演唱会的经验少之又少。丹河体育场只在去年10月办过一场万人演唱会，要承接6万人，是“开天辟地头一回”。

“没有经验是最大的风险。”马智勇说，“有些事不是我能左右得了的，需要当地政府，甚至很高层面的决策配合才行。”

晋城给“人生地不熟”的马智勇开通了“市长热线”，这让他心里踏实了许多。遇到问题，他可以直接将电话打给分管文化和旅游工作的副市长，请他协调解决。有时，电话也会直接打到泽州县领导那里。

另一些细节也能显示当地对这场演唱会的支持。

一位常报道晋城市委、市政府会议的媒体人惊讶地看到，演唱会现场的大屏上出现了一位身着便装的市场领导。董文军表示，现场至少有10名厅局级官员。董文军的一些朋友来要票，他不想坏了规矩，自掏腰包1万多元，买了15张票送出去，请大家捧场。

演出前，马智勇眼里还有一个大问题：晋城交通不便，虽有高铁站，但许多城市无法直达，也没有机场。

距此最近的机场在长治和郑州，一个跨市，一个跨省，到晋城仍有超过100公里的路程。鉴于省外乐迷太多，马智勇提出“城际接驳”需求，晋城满足了，城际免费接驳车开到了郑州、长治、济源。当地还向铁路部门申请增加了太原、郑州到晋城的高

铁班次。

“我们不担心它的票房、影响力，我们担心我们的承接能力、交通能力、住宿能力。”董文军说，尽管如此，他们仍希望倾尽全力，接住这6万人。

为此，当地摸排了全市的酒店，统计出7万多张床位，其中市区有两万多张，后来根据酒店的预订数据，设计了4条免费接驳专线，派出490辆公交车，以便更高效地接送住在市区87家酒店的乐迷，运营成本由政府补贴。

“按理说，它(举办演唱会)是一种市场化的行为。”董文军告诉记者，但市委、市政府把这作为提升晋城知名度、美誉度、辨识度、影响力的途径，想抓住这个机会为当地引流，“我们就是一个态度，全力以赴支持保障好”。

市里、县里大大小小的协调会开了数十次；参与安保工作的近3000名公安、保安人员都进行了岗前培训；丹河集团专门请大学教授举办了一场关于摇滚乐历史的讲座；文旅局协调了33家A级景区，“持演唱会门票免费游”。

出租车司机被提前告知，要严格打表计程，不许宰客；餐饮、住宿、商超等也被提醒明码标价；市民收到倡议，演唱会期间减少自驾出行，给外地宾客留出马路；许多单位干部、职工，放弃了节假日的休息时间；有公司的员工买好了门票，只能在场外听。

“这是‘大姑娘上轿头一回’。”董文军说，“头一回娶媳妇，你不得对媳妇好一点儿么！”

声波

未到现场的人，很难想象“摇滚编年史”给晋城带来的盛况与奇景。

有拄拐来的、坐轮椅来的、骑摩托车来的……还有从美国、荷兰、南非、俄罗斯、日本等13个国家特意赶来的。造访小城的宾客中，除了常跑各类演唱会的年轻身影，罕见地出现了挺着大肚腩的中年人和白发苍苍的老年人，其中不少是60后、70后，有的拖家带口，有的独自一人，有的呼朋引伴。一个出租车司机感慨，来个明星比来

个大熊猫还稀罕；体育场附近的农民不懂摇滚是什么，看戏似的望着路过的乐迷，满脸疑惑；一个体育场内的保洁员也想不通，为何这么多人来凑热闹。

演唱会的第二天，丹河体育场内聚集了3万人，乐迷欢呼，呐喊，摇摆，高歌。

有孩童骑在父亲肩头观看，有年轻人闭眼嘶吼，有中年人掩面而泣，有老人随音乐舞动。许多时候，只有遍布场内的保安，对舞台上的音乐无感，他们紧盯着乐迷的举动。

第一天，持续8小时的演唱会在崔健的《花房姑娘》中结束时，许多乐迷的脖子仰疼了，腿腿酸了，眼泪不够用了，还有一个姑娘不小心把脖子扭了。当晚，一个骑手深夜接到了许多买药的订单——嗓子吼得嘶哑，需要润喉片、枇杷膏。

这场演唱会的观众中，只有12.6%是本地人。对于绝大多数晋城人而言，体育场内的喧嚣，与他们并无直接关联。他们不清楚，这场演唱会在摇滚乐迷心中的分量，也不关心收入的歌星姓甚名谁，他们更关心自己的收入。

一位晋城的出租车司机，跑车3天的净收入，才能够买演唱会上最便宜的一个座位。一位拆迁上楼后的农民得知，最贵的内场VIP双日通票要1700余元时，大吃一惊，他身旁的村民则说，“17块钱我都不去”。

一群从四川来的建筑工人，住在与体育场一路之隔的工棚里，演唱会这几日他们歇工了。有工人也听摇滚乐，还是家乡的民间乐手，被问到为何没买票进去听时，摆摆手。场内摇滚乐队高歌时，他们在临时搭建的工棚里，敲着从家乡带来的木鼓，打着铜锣，等待开工。

在晋城的地方官员中，一些人对摇滚乐也保有情怀，但更多时候，他们“在其位谋其政”，考虑的是这场演唱会能给晋城、晋城人带来什么、留下什么。

一位拆迁上楼后的农民得知，最贵的内场VIP双日通票要1700余元时，大吃一惊，他身旁的村民则说，“17块钱我都不去”。一群从四川来的建筑工人，住在与体育场一路之隔的工棚里，演唱会这几日他们歇工了。有工人也听摇滚乐，还是家乡的民间乐手，被问到为何没买票进去听时，摆摆手。场内摇滚乐队高歌时，他们在临时搭建的工棚里，敲着从家乡带来的木鼓，打着铜锣，等待开工。

这一次，至少在摇滚演唱会举办的这两天，许多人看到了实实在在的

演唱会开始的那天下午，在通往体育场的路上，路边出现5个摊位：卖烤肠的、卖水的、编发辫的、卖头饰的、卖西瓜汁的。

河体育场1.5公里的玉皇庙，唐朝乐队也去一睹庙里元代彩塑“二十八星宿”的风采。那几日，每天上午玉皇庙都人满为患，乐迷们用光了玉皇庙的便签，把“中国摇滚不死”写下来贴到留言墙上。

玉皇庙的一间茶咖里，每天卖出去的咖啡、冷泡茶、文创产品，大概是往日的10倍。一位在此兼职做讲解员的大学生，原本一周只能接两三单讲解，那3天接了12单，赚了800多元。

晋城博物馆在端午节期间也接待游客0.77万人次，比去年同期增长了128.59%。

演唱会结束，乐迷们带着不舍离开后，丹河体育场又空了。晋城的许多地方，恢复到往昔的样子。场外路边小贩消失了，玉皇庙游客稀疏，肉丸方便面店还是靠本地人来维持生意。出租车和酒店，也一样，回归平常状态。

直到端午假期结束，一位65岁的晋城清洁工都不知道，他的城市刚办完一场史无前例的演唱会。他只是照旧工作和生活。

通过细细回忆，他才意识到，前几天街角的“阿凡提烧烤”有些不太一样。凌晨3点半，他到街上准备打扫卫生时，看到烧烤摊上仍旧坐着五六桌年轻人，其中一桌正唱着 he 听不懂的歌，还有人跳舞，而那家烧烤店外罕见地摆着音响。

回响

6月3日傍晚，偶有尚未离开晋城的情侣，拎着印有“摇滚编年史”的手提袋，来“造梦屋”转转。天还没暗，演出还没开始，他们往屋里看了两眼，就离开了。舞台上空荡荡的，只有服务生在吧台里坐着等客，直到午夜将近，还是空荡荡的。

主理人陈建中不知道自己这个“造梦屋”能撑到何时，但这场“摇滚编年史”演唱会，像是给他打了一针强心剂。摇滚乐迷的到来，“低苦艾”乐队主唱刘堃的造访，也让这家原本并不知名的live house在圈子里名气大增。

原本，由于生意惨淡，持续亏损，陈建中已在考虑转让。现在，他想再坚持坚持，觉得这座城市总要给摇滚乐和年轻人留下一点“释放”的空间。

在这座城市里谋生的许多人都盼着，像“摇滚编年史”这样的演唱会能多办一些，他们并非只是想看演出，更多考虑的是收入。

当地政府也在思考，如何将演唱会的流量变成“留量”，持续性助力当地的发展。董文军说，这一次，晋城之所以举全城之力，招待好乐迷，就是想让游客看到更好的晋城，吸引更多“回头客”。

丹河新城则计划着，抓住演唱会的热度，把这里打造成“摇滚新城”，比如规划出摇滚音乐岛、摇滚餐厅酒吧、摇滚民宿、摇滚露营基地等，将摇滚元素融入城市肌理中，让这里成为全国乐迷和游客向往的旅游消费目的地。

“丹河新城的这些设施，有后半篇文章可做。”柳志胜说。当初，马智勇决定在晋城办这场演唱会，正是考虑到“后半篇文章”。马智勇更看重摇滚乐如何能获得长远发展，他想在这里做一次尝试，“希望这边能成为摇滚乐迷的一个精神乌托邦”。

在陈建中看来，类似的文旅项目，最大的问题在于是否可持续。他参与过许多文旅项目的策划，发现观众的口味总是在变，而好的作品、艺人太少，容易陷入同质化，最终观众厌烦。就像这座城市，只有6支乐队，“这个酒吧不叫他(演出)，那个酒吧叫他”。

陈建中觉得，如果真的要下大力度打造“摇滚新城”，它必须是全生态的，从零开始，从培养机制、摇滚学校到唱片工业、音乐版权，“整个都抓起来，绝对能打造好”。

但他发现，许多地方“上马”的文旅项目，都是一阵风，地方追求政绩，过两年，但凡有个变化，立马就抛弃原路，无法延续。这也是很多电影小镇、音乐小镇、艺术节……走不下去的原因。“有的只办了第一届，顶多到第二届就办不下去了。”

最近，马智勇接到全国各地打来的二三十通电话，邀请他带着原班人马再演一场，或去办“摇滚编年史Ⅱ”。“鸟巢”也发来邀请，还有一直在打造“摇滚之城”的石家庄，马智勇一拒绝。“摇滚编年史”最多做到‘Ⅲ’，(做太多)没有意义，如果到处去巡演，真变成‘割韭菜’了。”

身处演出行业多年，他能感受到，许多地方在缺乏新的经济增长点后，存在发展上的焦虑。马智勇觉得，像音乐节这种能快速见效的活动，投入产出周期特别快，会带来瞬时的效果，但并非长久之计。

在他看来，丹河新城想要打造成“摇滚新城”的想法，实现起来并不容易。

他希望，摇滚的基因能在晋城延续下去，“站在12支乐队、60位摇滚老炮的肩膀上被看到，这是没什么地方可以比拟的”。但他也清楚，打造“摇滚新城”不是空喊口号，需要投入很大的热情，“投入和产出，短时间内肯定不能见效”。

“摇滚的种子已经埋下了。”马智勇说，“能不能生根发芽，最终长出的是小草，还是参天大树，就看他们本地的能力和造化了。”

对于丹河新城是否能打造成“摇滚新城”，董文军觉得，可能性五五开，关键在于后续的具体行动。在董文军看来，政府在市场行为的起步阶段“扶上马送一程”，要等市场自己逐步成熟。

文旅局也清楚，对晋城而言，搞演唱会只是宣传的点，并非本地真实的优势，未必能做长久。但丹河新城想打造“摇滚新城”，他们会支持。“它只是我们计划当中的一个点，不是全部。”董文军说。

在他看来，一些城市喜欢搞噱头，一夜爆火，无异于“沙滩上建房子”。“我们按照既定的目标，一步一个脚印，脚踏实地地把文旅产业发展好。”董文军说，晋城不需要一夜爆红，而是要像涓涓细流一样，做好工作，厚积薄发。

他们不着急：“走了两千多年了，还差这么几年？”

(应受访者要求，柳志胜、董文军为化名)