

那一年上海市咨会后，在上海市外办、商务委与文旅局等部门支持下，百威集团开始了有关标志性活动 IP 的最新尝试。

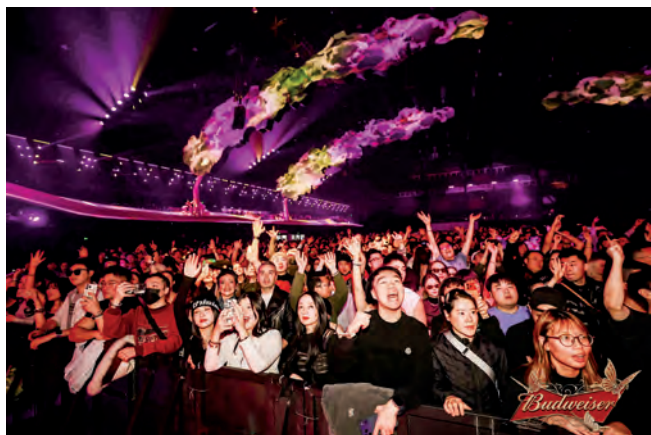
熟与多元。歌剧与古典乐、流行音乐，以及独立音乐等品类，在这座前沿的现代化都市都找到了自身存在的土壤与价值。如今随着 Tomorrowland 即将开启首演，更是填补了电子音乐这一块的稀缺。这一次，Raver 们终于要在上海找到自己真正的精神领地。

深度融合，热度不断

近年来，Tomorrowland 品牌方与百威集团双方进行了深度的 IP 共建，合作贯穿了“节前节后、节内节外”，覆盖了活动的组织、推广，丰富了活动现场的消费体验维度，譬如“Road to Tomorrowland(圆梦之旅)”预热、“百威红人”尊享音乐节现场招募计划等。

在 2024 年确定了演出具体档期之后，百威集团便开始着手为今年 Tomorrowland 亚洲首演打造一系列的本土活动策划。

百威中国市场营销部相关负责人告诉《新民周刊》，观众感受到现场的火热滚烫。



按照时间线，上述策划可分为推出限定产品、社交媒体预热推广、线上互动与线下实体场景搭建等具体操作。

“今年 2 月，我们以 Tomorrowland 亚洲首演“纸上幻境”主题为灵感，为自身产品打造了限定的金色与白色相间的铝瓶包装；7 月，当 Tomorrowland 在比利时举办期间，百威集团邀请了国内知名的 KOL 远赴博姆市，深度参与舞台的同时，在国内社交媒体上掀起传播的热度，引发更多乐迷关注这一海外顶流。”

随着 Tomorrowland “室内幻境”演出日期的临近，尤其是在倒计时一个月前后，Tomorrowland 与本土“文体商旅”开启了进一步的深度融合。据黄浦区政府此前透露，此次“室内幻境”联合上海黄浦区域内多家优质商户，推出“一票畅玩黄浦”城市联动活动，联动范围覆盖餐饮、零售、生活方式等多种品类。凭借演出门票，乐迷可在第一百货商业中心、豫园商城、博荟商城等上海商圈内的指定商户享受专属礼遇，在活动之外继续体验上海的城市魅力，以演出带动城市相关产业营收，助力文旅商体展融合发展。

“明日世界”DJ 很带感。

