看世界

美债狂飙

□ 韩叙

当地时间5月16日，国际信用评级机构穆迪宣布，将美国主权信用评级从Aaa下调至Aa1。在此前的2023年和2011年，另外两大国际信用评级机构惠誉和标准普尔已分别下调美国主权信用评级。至此，美国历史上第一次同时失去了三大机构最高等级的评级。

根据三大机构分别发布的声明，三者调降美国主权信用评级的原因基本一致，都是基于对美国债务问题的担忧。如果一定要说区别，惠誉和标普更加关注美国债务上限问题，而穆迪则更加关注美国政府债务失控以及利率负担加重的现状。

数据显示，截至2025年3月，美国国债余额已突破36.2万亿美元。穆迪预测，未来10年内，美国政府债务占国内生产总值（GDP）的比重将升至134%，而公认的国际警戒线是60%。

同时，美国的财政赤字率也没有“刹车”迹象。根据美国财政部和国会预算办公室（CBO）的数据，2024财年（2023年10月至2024年9月），美国财政赤字率（赤字占GDP比重）为6.4%；众议院通过的2025财年（2024年10月至2025年9月）预算案财政赤字率更是高达7.3%，均远高于国际公认的3%的警戒线。

居高不下赤字率意味着，随着时间的推移，美国政府债务压力只会进一步加大，利息负担也会进一步加重。债务问题已经变成了那头“闯入瓷器店的大象”，只要一个不小心，一屋子花瓶罐罐转眼就会粉碎一地。

直到2008年国际金融危机爆发之前，美国国债水平都处于缓慢上升通道，其中个别年份有所下降，大体还算健康。各研究机构发布的反映美联储在这一时期行动的金融图表看起来都是差不多的，即一条微微上扬、有限波动的曲线。

巨大的变化出现在2008年底，一条陡然上升的曲线，反映了美联储创造出规模空前的货币。统计显示，从1913年至2008年，美国基础货币供应量从50亿美元增加到8470亿美元。从2008年末到2010年初，美联储向市场投放了1.2万亿美元。换句话说，美国在1年多的时间里印了比过去近100年还多四成的货币。

美联储投放货币的主要方式是“量化宽松（Quantitative Easing，缩写为QE）”。量化宽松是个相当年轻的经济学术语。它于2001年由日本央行提出，大概意思是说，在名义利率接近零的情况下，中央银行通过购买国债等中长期债券，增加基础货币供给，向市场注入流动性，以达到刺激投资和消费，并最终实现提振经济的目的。

本质上说，这只是一种增发货币的方法，只不过相较于“降低利率以放松银根”这种常规货币政策工具更加间接一些、隐蔽一些。

其操作机制很简单：在美国，有24家金融公司被定性为“一级交易商”，他们在美联储有专门的银行账户，这个账户被称为“准备金账户”。在执行量化宽松政策的时候，美联储交易员会先联系一级交易商，声称希望从该行购买一定价值的国债，一级交易商则会同意这笔交易。然后，美联储交易员只需要敲击键盘，确认交易即可。这段话翻译一下就是，美联储在一级交易商的准备金账户中凭空创造了特定数量的美元，并且完成了国债购买。之后，一级交易商就可以用这笔钱在更广泛的市场上购买资产了。

根据美国作家、知名商业记者克里斯托弗·伦纳德在纪实文学作品《宽松货币之王：美联储如何影响经济周期和市场波动》中的描述，从2008年9月15日美国第四大投资银行雷曼兄弟破产后，美联储一遍又一遍地重复这样的交易，“直到华尔街的准备金账户里填满了6000亿美元”。

不过，这并不是真正导致今天美国国债危局的原因。因为在当时，美联储虽然为了稳定抵押贷款市场，直接购买了大量抵押贷款债务，但这仍是“非常时期采取的一项非常措施”，大体可视作一次紧急救场行为。

变化出现在2010年11月3日。当时，美联储已经执行了大约两年的零利率政策。按照传统观点，零利率已经是金融产业支持实体经济的极限了。但美联储联邦公开市场委员会已经开始怀疑，零利率的“火力”不太够——美国经济虽然出现了些许起色，但失业率依旧高达9.6%，国民经济接近深度衰退水平。这就是为什么美联储会考虑打破零利率下限。

根据美联储会议纪要，美联储领导层决定在当年11月就一项“激进的试验（量化宽松）”进行投票，这项试验“将首次有效地实行负利率”，向银行体系注入更多资金，并称“如果该项目得以实施，将重塑美国的金融体系，并重新定义美联储在经济事务中的角色”。

11月3日，时任美联储主席本·伯南克建议，将量化宽松转变为“管理经济的正常操作工具”。这意味着，量化宽松的性质变了——从“非常规货币政策工具”变成了“常规货币政策工具”。

伯南克曾于2015年出版了一本名为《行动的勇气》的回忆录。这本书的名字在很大程度上代表了当时美联储货币政策的倾向。在他看来，货币干预不仅是必要的、勇敢的，甚至还是“高尚的”。

多年来，他一直关注发生于20世纪30年代的大萧条，并撰写了大量关于避免“新萧条”方法的文章。他的主要观点之一是，美联储当年的行动不够大胆，“解决方案是在危机发生后尽可能采取激进措施”。

早在本世纪初，伯南克就发表论文指出，零利率并不是“不可逾越的极限”，而只是一个“看起来很有意义的数据点”。他还提出了一种名叫“直升机撒钱”的设想，认为美国政府可以通过将其所有债务出售给美联储来大幅减税，美联储则通过印钱来购买这些债务。

后来的情况地球人都知道：从2010年起，美联储真的印了很多很多钱购买美国国债等中长期债务；从2020年起，一度被绝大多数经济学家斥为“疯狂的猜想”的“直升机撒钱”行动也真的付诸实施了。当然，严重的通货膨胀、暴涨的政府债务，也不出意外地如期而至。

量化宽松真能提振美国经济吗？事实是，并不能。因为美国的经济问题并不是银行系统缺乏资金造成的。真正的问题在银行体系之外，在深层次问题不断恶化的实体经济中。向银行体系注入过量资金的结果是，这些钱无处可去，只能用于高风险贷款或金融投机，这根本无助于解决美国经济的结构性失调。

这也是许多经济学家和银行家从一开始就对量化宽松嗤之以鼻的原因所在。不过，他们中的绝大多数不是联邦公开市场委员会有投票权的成员，顶多只能参加会议、发表看法，但不能影响最终的计票结果。唯一有投票权，并且从讨论阶段就公开反对量化宽松的人是时任美联储高级官员、堪萨斯城联邦储备银行行长托马斯·霍尼格。

霍尼格把自己的担忧概述为三点：第一，美联储会发现，量化宽松政策开始容易结束难。“一旦开始印钞，在什么情况下会停止呢？当失业率下降到9%、8%，还是更低的时候？……量化宽松事实上助长了美联储的过度干预倾向，最终会导致美国经济陷入‘超调’。”

第二，量化宽松会解锁通胀预期。由于新资金的注入，企业和投资者很可能预期未来通胀水平将上升，并据此调整投资策略，这将导致资产价格被推高至“难以想象的水平”。“当下一价格暴跌来临时，会有一场更可怕的金融危机降临，将有更多人失业……这一切与美联储的初衷——控制通货膨胀、降低失业率背道而驰。”

第三，它会损害美联储的独立性。美联储购买长期国债的目的是降低利率。如果美联储退出量化宽松政策，会反过来导致利率上升、偿债压力增加；这又会给美联储带来更大压力，迫使其继续购买国债以压低利率，于是美国政府债务压力继续上升，由此陷入螺旋式塌陷陷阱。

霍尼格的观点并没有得到美联储主流观点的认可。最终，美联储在投票表决中以11:1的高票通过了量化宽松政策。那个“1”，就是霍尼格。

如今回望2010年那一幕，霍尼格可谓一语成谶：量化宽松虽然在短期内稳住了金融体系，缓解了政府财政压力，

甚至在一定程度上稳定了经济增长，但也助长了资产泡沫、通货膨胀，加剧了贫富差距，并导致巨额的政府债务积累。美国债务水平自此踏上了狂飙之路，并且一路疾驰，直到今天。

更令人不安的是，这一切并没有引起本届美国政府足够的重视。

今年5月22日，美国国会众议院以微弱优势通过了一项大规模税收与支出法案，正在参议院进一步审核。这项被称为“大而美”的法案延长了2017年通过的企业和个人减税措施，并对小费、加班、汽车贷款等提供新的税收减免，同时还增加了国防支出，并计划为打击非法移民提供更多资金。尽管法案包含削减开支的措施，但预算机构和经济学家普遍认为，这些措施难以有效抵消减税等政策带来的财政收入减少。美国联邦预算问责委员会更在一份声明中直言，众议院的预算框架是“对财政责任的公然蔑视”，不仅将令国债激增，还可能在相关政策到期后带来“财政悬崖”等隐患。

美国国债市场近日持续动荡，正反映出社会各界对联邦政府债务问题的担忧。预警的红灯已经亮起，最危急的情况还会远吗？

在阿尔泰山脉北部，哈萨克斯坦境内东哈州的丘陵地带，针叶林沿山势起伏绵延。苍翠之间，图尔古孙河湍湍流淌。5月，这条在当地人口中“难以驯服”的河流迎来春汛。

“现在正值汛期，是图尔古孙水电站发电量最大的季节。”中交集团中国水利电力对外有限公司（以下简称“水电对外”）哈萨克斯坦分公司副总经理孙鹏告诉记者。

图尔古孙水电站由水电对外承建，2017年1月动工，2021年7月投产发电，这是中哈两国在共建“一带一路”框架下携手合作的重要项目。为了这个项目，孙鹏和同事们在在这片人迹罕至的山林地帯奋斗了4年半时间。

“装机容量2.49万千瓦，年均发电量7980万千瓦时，年均减少二氧化碳排放7.2万吨。”作为水电站建设期的工程部主任，孙鹏对项目数据如数家珍。“图尔古孙水电站弥补了东哈州阿尔泰山地区一半的电力缺口，有力推动了当地绿色低碳转型。”

言谈之间，一只蜜蜂从孙鹏身旁掠过，停在不远处的野花上。作为对生态极为敏感的物种，蜜蜂的出现往往意味着空气清新、水源洁净、植被茂盛。

“我外出查看周边情况的时候，看到过熊、马鹿和狐狸。”图尔古孙水电站现场调度员涅波米亚什奇说，“附近山里的野生动物可不少，前一阵还有一只马鹿来到我们库房门口，逗留了很久。”

图尔古孙水电站机房采用蓝色外表涂装，如同一枚蓝色珧琅镶嵌在群山之间。“图尔古孙水电站最大的特点就是环保。”水电站业主方总经理马克苏特说，“哈萨克斯坦近年来积极发展清洁能源，我们正是在不破坏生态环境、不牺牲美丽风光的前提下，推进水电站的建设和运营。”

为了保护周边原始森林的完整性，团队将环境保护融入工程全生命周期，施工伊始就决定将作业区压缩至水电站南侧150米范围内；对所有工程车辆定期检查，确保尾气排放达标；建立沉淀池处理施工废水，水质符合II类水标准才允许排放。

得益于中哈两国建设团队的严苛环保标准，野生茴鱼、哲罗鲑等珍稀冷水鱼在图尔古孙河健康繁衍。

涅波米亚什奇带着记者走进中控室，大大小小的屏幕实时显示水电站运行情况，其中不少画面监控的是水轮发电机组——两大一小三台发电机，是整个水电站运行的“心脏”。他说：“我们很少使用注油装置，油污污染风险几乎为零。为确保这一点，我们从未中断巡视监测。”

从保护生态环境到推动技术协作，图尔古孙水电站展现了跨国合作的深度与温度，为更多清洁能源项目提供了可借鉴的方案。孙鹏告诉记者，水电对外还将与哈国伙伴继续深化合作，共同建设东哈州其他水电项目，持续助力当地绿色转型发展。

从图尔古孙河畔出发，更多水电项目正在推进，把清洁能源的愿景变为现实，见证了中哈合作在山川之间不断延展。

（据新华社电）

在奥地利维也纳的大街小巷，音乐无处不在。巴洛克宫殿的回廊、咖啡馆大堂，甚至是克恩顿街头，空气中仿佛飘扬着音符。深厚的历史积淀与文化底蕴，成就了维也纳“音乐之都”的美誉。

音乐不仅是艺术的语言，更是城市繁荣与经济发展的动力源泉。维也纳市政府对音乐文化传统的巨大价值深怀体会，长期以来通过完善文化设施、提升服务质量以及进行多元化推广，形成了独具特色的音乐文化旅游产业链。2025年，维也纳市文化旅游预算首次突破1.2亿欧元，进一步加强了对音乐活动的支持。

维也纳不仅保有世界顶级的交响乐团、歌剧院和音乐节，还不断创新演出形式、丰富旅游体验，极大地吸引了全球游客慕名前来。其中，美泉宫夏季音乐会极具代表性。

美泉宫作为哈布斯堡王朝的皇家宫殿，拥有300多年历史，是巴洛克建筑的杰出代表。2004年，一位叫乌辛的电影制片人突发奇想，要在这座宏伟宫殿的花园搭建露天舞台，打造一个可以媲美维也纳新年音乐会的大型音乐品牌。这个音乐品牌的定位从一开始就设置为“大众欢聚”，因而不仅在艺术品位上不能打折扣，而且还要免费观赏。他的想法与奥地利国家电视台ORF、维也纳爱乐乐团、维也纳市政府等的设想不谋而合，得到了各方大力支持。

首届美泉宫音乐会获得空前成功，曾经10次获得美国格莱美大奖的爵士歌手鲍比·麦克菲林被请来充当乐团指挥——流行歌手与欧洲最著名古典乐团合作，实在是太有创意，想不成功都难。

此后每年的美泉宫音乐会都给人带来惊喜。其中第四届音乐会现场观众人数高达14万人，创下当地露天演出纪录。

2008年，美泉宫音乐会获得了瑞士腕表品牌劳力士每年300万欧元的赞助。自此，音乐会不再仅仅依靠财政资金支持，迈入了“音乐品牌+商业品牌”双品牌运作阶段，音乐会也正式更名为“美泉宫夏季音乐会”。

根植于深厚的音乐传统土壤，维也纳不仅为游客献上类似音乐会这样精彩纷呈的殿堂级演出，更通过整合城市资源，形成了音乐文化旅游的良性循环。例如，政府与文旅企业联合推出包含音乐会门票、博物馆游览、特色餐饮与住宿优惠等在内的“音乐文化旅游套餐”，推动音乐活动与旅游产业深度融合。此举不仅为游客提供了更丰富的旅游体验，而且有效延长了停留时间，大大增加了当地的旅游收入。

同时，维也纳还不断加大历史文化遗产保护和现代设施建设投入，确保旅游体验既有历史厚重感，又能满足游客对舒适性的需求。此外，维也纳还积极引入数字技术，采用增强现实（AR）、虚拟现实（VR）等互动方式，让音乐文化传播更加生动，吸引年轻一代参与到音乐活动中。

据统计，2024年，维也纳共接待国际游客约770万人次，同比增长6%；旅游收入达35亿欧元，同比增长8%。其中，音乐活动直接贡献了约15%的旅游总收入，并带动酒店、餐饮、交通和零售业的全面发展，文创产品销量也显著提升。

如今，音乐已经不仅仅是维也纳的文化品牌，更是其城市品牌的核心资产，其音乐旅游市场规模占到欧洲的30%。通过不断创新演出内容、优化旅游服务、挖掘文化资源，维也纳成功将其音乐“资产”转化为持久而强大的文旅经济动力。

既用音乐讲述历史，也用音乐塑造未来，这座音乐之都的音乐传奇，还在续写。

在阿尔泰山脉北部，哈萨克斯坦境内东哈州的丘陵地带，针叶林沿山势起伏绵延。苍翠之间，图尔古孙河湍湍流淌。5月，这条在当地人口中“难以驯服”的河流迎来春汛。

“现在正值汛期，是图尔古孙水电站发电量最大的季节。”中交集团中国水利电力对外有限公司（以下简称“水电对外”）哈萨克斯坦分公司副总经理孙鹏告诉记者。

图尔古孙水电站由水电对外承建，2017年1月动工，2021年7月投产发电，这是中哈两国在共建“一带一路”框架下携手合作的重要项目。为了这个项目，孙鹏和同事们在在这片人迹罕至的山林地帯奋斗了4年半时间。

“装机容量2.49万千瓦，年均发电量7980万千瓦时，年均减少二氧化碳排放7.2万吨。”作为水电站建设期的工程部主任，孙鹏对项目数据如数家珍。“图尔古孙水电站弥补了东哈州阿尔泰山地区一半的电力缺口，有力推动了当地绿色低碳转型。”

言谈之间，一只蜜蜂从孙鹏身旁掠过，停在不远处的野花上。作为对生态极为敏感的物种，蜜蜂的出现往往意味着空气清新、水源洁净、植被茂盛。

“我外出查看周边情况的时候，看到过熊、马鹿和狐狸。”图尔古孙水电站现场调度员涅波米亚什奇说，“附近山里的野生动物可不少，前一阵还有一只马鹿来到我们库房门口，逗留了很久。”

图尔古孙水电站机房采用蓝色外表涂装，如同一枚蓝色珧琅镶嵌在群山之间。“图尔古孙水电站最大的特点就是环保。”水电站业主方总经理马克苏特说，“哈萨克斯坦近年来积极发展清洁能源，我们正是在不破坏生态环境、不牺牲美丽风光的前提下，推进水电站的建设和运营。”

为了保护周边原始森林的完整性，团队将环境保护融入工程全生命周期，施工伊始就决定将作业区压缩至水电站南侧150米范围内；对所有工程车辆定期检查，确保尾气排放达标；建立沉淀池处理施工废水，水质符合II类水标准才允许排放。

得益于中哈两国建设团队的严苛环保标准，野生茴鱼、哲罗鲑等珍稀冷水鱼在图尔古孙河健康繁衍。

涅波米亚什奇带着记者走进中控室，大大小小的屏幕实时显示水电站运行情况，其中不少画面监控的是水轮发电机组——两大一小三台发电机，是整个水电站运行的“心脏”。他说：“我们很少使用注油装置，油污污染风险几乎为零。为确保这一点，我们从未中断巡视监测。”

从保护生态环境到推动技术协作，图尔古孙水电站展现了跨国合作的深度与温度，为更多清洁能源项目提供了可借鉴的方案。孙鹏告诉记者，水电对外还将与哈国伙伴继续深化合作，共同建设东哈州其他水电项目，持续助力当地绿色转型发展。

从图尔古孙河畔出发，更多水电项目正在推进，把清洁能源的愿景变为现实，见证了中哈合作在山川之间不断延展。

（据新华社电）

在奥地利维也纳的大街小巷，音乐无处不在。巴洛克宫殿的回廊、咖啡馆大堂，甚至是克恩顿街头，空气中仿佛飘扬着音符。深厚的历史积淀与文化底蕴，成就了维也纳“音乐之都”的美誉。

音乐不仅是艺术的语言，更是城市繁荣与经济发展的动力源泉。维也纳市政府对音乐文化传统的巨大价值深怀体会，长期以来通过完善文化设施、提升服务质量以及进行多元化推广，形成了独具特色的音乐文化旅游产业链。2025年，维也纳市文化旅游预算首次突破1.2亿欧元，进一步加强了对音乐活动的支持。

维也纳不仅保有世界顶级的交响乐团、歌剧院和音乐节，还不断创新演出形式、丰富旅游体验，极大地吸引了全球游客慕名前来。其中，美泉宫夏季音乐会极具代表性。

美泉宫作为哈布斯堡王朝的皇家宫殿，拥有300多年历史，是巴洛克建筑的杰出代表。2004年，一位叫乌辛的电影制片人突发奇想，要在这座宏伟宫殿的花园搭建露天舞台，打造一个可以媲美维也纳新年音乐会的大型音乐品牌。这个音乐品牌的定位从一开始就设置为“大众欢聚”，因而不仅在艺术品位上不能打折扣，而且还要免费观赏。他的想法与奥地利国家电视台ORF、维也纳爱乐乐团、维也纳市政府等的设想不谋而合，得到了各方大力支持。

首届美泉宫音乐会获得空前成功，曾经10次获得美国格莱美大奖的爵士歌手鲍比·麦克菲林被请来充当乐团指挥——流行歌手与欧洲最著名古典乐团合作，实在是太有创意，想不成功都难。

此后每年的美泉宫音乐会都给人带来惊喜。其中第四届音乐会现场观众人数高达14万人，创下当地露天演出纪录。

2008年，美泉宫音乐会获得了瑞士腕表品牌劳力士每年300万欧元的赞助。自此，音乐会不再仅仅依靠财政资金支持，迈入了“音乐品牌+商业品牌”双品牌运作阶段，音乐会也正式更名为“美泉宫夏季音乐会”。

根植于深厚的音乐传统土壤，维也纳不仅为游客献上类似音乐会这样精彩纷呈的殿堂级演出，更通过整合城市资源，形成了音乐文化旅游的良性循环。例如，政府与文旅企业联合推出包含音乐会门票、博物馆游览、特色餐饮与住宿优惠等在内的“音乐文化旅游套餐”，推动音乐活动与旅游产业深度融合。此举不仅为游客提供了更丰富的旅游体验，而且有效延长了停留时间，大大增加了当地的旅游收入。

同时，维也纳还不断加大历史文化遗产保护和现代设施建设投入，确保旅游体验既有历史厚重感，又能满足游客对舒适性的需求。此外，维也纳还积极引入数字技术，采用增强现实（AR）、虚拟现实（VR）等互动方式，让音乐文化传播更加生动，吸引年轻一代参与到音乐活动中。

据统计，2024年，维也纳共接待国际游客约770万人次，同比增长6%；旅游收入达35亿欧元，同比增长8%。其中，音乐活动直接贡献了约15%的旅游总收入，并带动酒店、餐饮、交通和零售业的全面发展，文创产品销量也显著提升。

如今，音乐已经不仅仅是维也纳的文化品牌，更是其城市品牌的核心资产，其音乐旅游市场规模占到欧洲的30%。通过不断创新演出内容、优化旅游服务、挖掘文化资源，维也纳成功将其音乐“资产”转化为持久而强大的文旅经济动力。

既用音乐讲述历史，也用音乐塑造未来，这座音乐之都的音乐传奇，还在续写。

在奥地利维也纳的大街小巷，音乐无处不在。巴洛克宫殿的回廊、咖啡馆大堂，甚至是克恩顿街头，空气中仿佛飘扬着音符。深厚的历史积淀与文化底蕴，成就了维也纳“音乐之都”的美誉。

音乐不仅是艺术的语言，更是城市繁荣与经济发展的动力源泉。维也纳市政府对音乐文化传统的巨大价值深怀体会，长期以来通过完善文化设施、提升服务质量以及进行多元化推广，形成了独具特色的音乐文化旅游产业链。2025年，维也纳市文化旅游预算首次突破1.2亿欧元，进一步加强了对音乐活动的支持。

维也纳不仅保有世界顶级的交响乐团、歌剧院和音乐节，还不断创新演出形式、丰富旅游体验，极大地吸引了全球游客慕名前来。其中，美泉宫夏季音乐会极具代表性。

美泉宫作为哈布斯堡王朝的皇家宫殿，拥有300多年历史，是巴洛克建筑的杰出代表。2004年，一位叫乌辛的电影制片人突发奇想，要在这座宏伟宫殿的花园搭建露天舞台，打造一个可以媲美维也纳新年音乐会的大型音乐品牌。这个音乐品牌的定位从一开始就设置为“大众欢聚”，因而不仅在艺术品位上不能打折扣，而且还要免费观赏。他的想法与奥地利国家电视台ORF、维也纳爱乐乐团、维也纳市政府等的设想不谋而合，得到了各方大力支持。

首届美泉宫音乐会获得空前成功，曾经10次获得美国格莱美大奖的爵士歌手鲍比·麦克菲林被请来充当乐团指挥——流行歌手与欧洲最著名古典乐团合作，实在是太有创意，想不成功都难。

此后每年的美泉宫音乐会都给人带来惊喜。其中第四届音乐会现场观众人数高达14万人，创下当地露天演出纪录。

2008年，美泉宫音乐会获得了瑞士腕表品牌劳力士每年300万欧元的赞助。自此，音乐会不再仅仅依靠财政资金支持，迈入了“音乐品牌+商业品牌”双品牌运作阶段，音乐会也正式更名为“美泉宫夏季音乐会”。

根植于深厚的音乐传统土壤，维也纳不仅为游客献上类似音乐会这样精彩纷呈的殿堂级演出，更通过整合城市资源，形成了音乐文化旅游的良性循环。例如，政府与文旅企业联合推出包含音乐会门票、博物馆游览、特色餐饮与住宿优惠等在内的“音乐文化旅游套餐”，推动音乐活动与旅游产业深度融合。此举不仅为游客提供了更丰富的旅游体验，而且有效延长了停留时间，大大增加了当地的旅游收入。

同时，维也纳还不断加大历史文化遗产保护和现代设施建设投入，确保旅游体验既有历史厚重感，又能满足游客对舒适性的需求。此外，维也纳还积极引入数字技术，采用增强现实（AR）、虚拟现实（VR）等互动方式，让音乐文化传播更加生动，吸引年轻一代参与到音乐活动中。

据统计，2024年，维也纳共接待国际游客约770万人次，同比增长6%；旅游收入达35亿欧元，同比增长8%。其中，音乐活动直接贡献了约15%的旅游总收入，并带动酒店、餐饮、交通和零售业的全面发展，文创产品销量也显著提升。

如今，音乐已经不仅仅是维也纳的文化品牌，更是其城市品牌的核心资产，其音乐旅游市场规模占到欧洲的30%。通过不断创新演出内容、优化旅游服务、挖掘文化资源，维也纳成功将其音乐“资产”转化为持久而强大的文旅经济动力。

既用音乐讲述历史，也用音乐塑造未来，这座音乐之都的音乐传奇，还在续写。

在奥地利维也纳的大街小巷，音乐无处不在。巴洛克宫殿的回廊、咖啡馆大堂，甚至是克恩顿街头，空气中仿佛飘扬着音符。深厚的历史积淀与文化底蕴，成就了维也纳“音乐之都”的美誉。

音乐不仅是艺术的语言，更是城市繁荣与经济发展的动力源泉。维也纳市政府对音乐文化传统的巨大价值深怀体会，长期以来通过完善文化设施、提升服务质量以及进行多元化推广，形成了独具特色的音乐文化旅游产业链。2025年，维也纳市文化旅游预算首次突破1.2亿欧元，进一步加强了对音乐活动的支持。

维也纳不仅保有世界顶级的交响乐团、歌剧院和音乐节，还不断创新演出形式、丰富旅游体验，极大地吸引了全球游客慕名前来。其中，美泉宫夏季音乐会极具代表性。

美泉宫作为哈布斯堡王朝的皇家宫殿，拥有300多年历史，是巴洛克建筑的杰出代表。2004年，一位叫乌辛的电影制片人突发奇想，要在这座宏伟宫殿的花园搭建露天舞台，打造一个可以媲美维也纳新年音乐会的大型音乐品牌。这个音乐品牌的定位从一开始就设置为“大众欢聚”，因而不仅在艺术品位上不能打折扣，而且还要免费观赏。他的想法与奥地利国家电视台ORF、维也纳爱乐乐团、维也纳市政府等的设想不谋而合，得到了各方大力支持。

首届美泉宫音乐会获得空前成功，曾经10次获得美国格莱美大奖的爵士歌手鲍比·麦克菲林被请来充当乐团指挥——流行歌手与欧洲最著名古典乐团合作，实在是太有创意，想不成功都难。

此后每年的美泉宫音乐会都给人带来惊喜。其中第四届音乐会现场观众人数高达14万人，创下当地露天演出纪录。

2008年，美泉宫音乐会获得了瑞士腕表品牌劳力士每年300万欧元的赞助。自此，音乐会不再仅仅依靠财政资金支持，迈入了“音乐品牌+商业品牌”双品牌运作阶段，音乐会也正式更名为“美泉宫夏季音乐会”。

根植于深厚的音乐传统土壤，维也纳不仅为游客献上类似音乐会这样精彩纷呈的殿堂级演出，更通过整合城市资源，形成了音乐文化旅游的良性循环。例如，政府与文旅企业联合推出包含音乐会门票、博物馆游览、特色餐饮与住宿优惠等在内的“音乐文化旅游套餐”，推动音乐活动与旅游产业深度融合。此举不仅为游客提供了更丰富的旅游体验，而且有效延长了停留时间，大大增加了当地的旅游收入。

同时，维也纳还不断加大历史文化遗产保护和现代设施建设投入，确保旅游体验既有历史厚重感，又能满足游客对舒适性的需求。此外，维也纳还积极引入数字技术，采用增强现实（AR）、虚拟现实（VR）等互动方式，让音乐文化传播更加生动，吸引年轻一代参与到音乐活动中。

据统计，2024年，维也纳共接待国际游客约770万人次，同比增长6%；旅游收入达35亿欧元，同比增长8%。其中，音乐活动直接贡献了约15%的旅游总收入，并带动酒店、餐饮、交通和零售业的全面发展，文创产品销量也显著提升。

如今，音乐已经不仅仅是维也纳的文化品牌，更是其城市品牌的核心资产，其音乐旅游市场规模占到欧洲的30%。通过不断创新演出内容、优化旅游服务、挖掘文化资源，维也纳成功将其音乐“资产”转化为持久而强大的文旅经济动力。

既用音乐讲述历史，也用音乐塑造未来，这座音乐之都的音乐传奇，还在续写。

在奥地利维也纳的大街小巷，音乐无处不在。巴洛克宫殿的回廊、咖啡馆大堂，甚至是克恩顿街头，空气中仿佛飘扬着音符。深厚的历史积淀与文化底蕴，成就了维也纳“音乐之都”的美誉。

音乐不仅是艺术的语言，更是城市繁荣与经济发展的动力源泉。维也纳市政府对音乐文化传统的巨大价值深怀体会，长期以来通过完善文化设施、提升服务质量以及进行多元化推广，形成了独具特色的音乐文化旅游产业链。2025年，维也纳市文化旅游预算首次突破1.2亿欧元，进一步加强了对音乐活动的支持。

维也纳不仅保有世界顶级的交响乐团、歌剧院和音乐节，还不断创新演出形式、丰富旅游体验，极大地吸引了全球游客慕名前来。其中，美泉宫夏季音乐会极具代表性。

美泉宫作为哈布斯堡王朝的皇家宫殿，拥有300多年历史，是巴洛克建筑的杰出代表。2004年，一位叫乌辛的电影制片人突发奇想，要在这座宏伟宫殿的花园搭建露天舞台，打造一个可以媲美维也纳新年音乐会的大型音乐品牌。这个音乐品牌的定位从一开始就设置为“大众欢聚”，因而不仅在艺术品位上不能打折扣，而且还要免费观赏。他的想法与奥地利国家电视台ORF、维也纳爱乐乐团、维也纳市政府等的设想不谋而合，得到了各方大力支持。

首届美泉宫音乐会获得空前成功，曾经10次获得美国格莱美大奖的爵士歌手鲍比·麦克菲林被请来充当乐团指挥——流行歌手与欧洲最著名古典乐团合作，实在是太有创意，想不成功都难。

此后每年的美泉宫音乐会都给人带来惊喜。其中第四届音乐会现场观众人数高达14万人，创下当地露天演出纪录。

2008年，美泉宫音乐会获得了瑞士腕表品牌劳力士每年300万欧元的赞助。自此，音乐会不再仅仅依靠财政资金支持，迈入了“音乐品牌+商业品牌”双品牌运作阶段，音乐会也正式更名为“美泉宫夏季音乐会”。

根植于深厚的音乐传统土壤，维也纳不仅为游客献上类似音乐会这样精彩纷呈的殿堂级演出，更通过整合城市资源，形成了音乐文化旅游的良性循环。例如，政府与文旅企业联合推出包含音乐会门票、博物馆游览、特色餐饮与住宿优惠等在内的“音乐文化旅游套餐”，推动音乐活动与旅游产业深度融合。此举不仅为游客提供了更丰富的旅游体验，而且有效延长了停留时间，大大增加了当地的旅游收入。

同时，维也纳还不断加大历史文化遗产保护和现代设施建设投入，确保旅游体验既有历史厚重感，又能满足游客对舒适性的需求。此外，维也纳还积极引入数字技术，采用增强现实（AR）、虚拟现实（VR）等互动方式，让音乐文化传播更加生动，吸引年轻一代参与到音乐活动中。

据统计，2024年，维也纳共接待国际游客约770万人次，同比增长6%；旅游收入达35亿欧元，同比增长8%。其中，音乐活动直接贡献了约15%的旅游总收入，并带动酒店、餐饮、交通和零售业的全面发展，文创产品销量也显著提升。

如今，音乐已经不仅仅是维也纳的文化品牌，更是其城市品牌的核心资产，其音乐旅游市场规模占到欧洲的30%。通过不断创新演出内容、优化旅游服务、挖掘文化资源，维也纳成功将其音乐“资产”转化为持久而强大的文旅经济动力。

既用音乐讲述历史，也用音乐塑造未来，这座音乐之都的音乐传奇，还在续写。

在奥地利维也纳的大街小巷，音乐无处不在。巴洛克宫殿的回廊、咖啡馆大堂，甚至是克恩顿街头，空气中仿佛飘扬着音符。深厚的历史积淀与文化底蕴，成就了维也纳“音乐之都”的美誉。

音乐不仅是艺术的语言，更是城市繁荣与经济发展的动力源泉。维也纳市政府对音乐文化传统的巨大价值深怀体会，长期以来通过完善文化设施、提升服务质量以及进行多元化推广，形成了独具特色的音乐文化旅游产业链。2025年，维也纳市文化旅游预算首次突破1.2亿欧元，进一步加强了对音乐活动的支持。

维也纳不仅保有世界顶级的交响乐团、歌剧院和音乐节，还不断创新演出形式、丰富旅游体验，极大地吸引了全球游客慕名前来。其中，美泉宫夏季音乐会极具代表性。

美泉宫作为哈布斯堡王朝的皇家宫殿，拥有300多年历史，是巴洛克建筑的杰出代表。2004年，一位叫乌辛的电影制片人突发奇想，要在这座宏伟宫殿的花园搭建露天舞台，打造一个可以媲美维也纳新年音乐会的大型音乐品牌。这个音乐品牌的定位从一开始就设置为“大众欢聚”，因而不仅在艺术品位上不能打折扣，而且还要免费观赏。他的想法与奥地利国家电视台ORF、维也纳爱乐乐团、维也纳市政府等的设想不谋而合，得到了各方大力支持。

首届美泉宫音乐会获得空前成功，曾经10次获得美国格莱美大奖的爵士歌手鲍比·麦克菲林被请来充当乐团指挥——流行歌手与欧洲最著名古典乐团合作，实在是太有创意，想不成功都难。

此后每年的美泉宫音乐会都给人带来惊喜。其中第四届音乐会现场观众人数高达14万人，创下当地露天演出纪录。

2008年，美泉宫音乐会获得了瑞士腕表品牌劳力士每年300万欧元的赞助。自此，音乐会不再仅仅依靠财政资金支持，迈入了“音乐品牌+商业品牌”双品牌运作阶段，音乐会也正式更名为“美泉宫夏季音乐会”。

根植于深厚的音乐传统土壤，维也纳不仅为游客献上类似音乐会这样精彩纷呈的殿堂级演出，更通过整合城市资源，形成了音乐文化旅游的良性循环。例如，政府与文旅企业联合推出包含音乐会门票、博物馆游览、特色餐饮与住宿优惠等在内的“音乐文化旅游套餐”，推动音乐活动与旅游产业深度融合。此举不仅为游客提供了更丰富的旅游体验，而且有效延长了停留时间，大大增加了当地的旅游收入。

同时，维也纳还不断加大历史文化遗产保护和现代设施建设投入，确保旅游体验既有历史厚重感，又能满足游客对舒适性的需求。此外，维也纳还积极引入数字技术，采用增强现实（AR）、虚拟现实（VR）等互动方式，让音乐文化传播更加生动，吸引年轻一代参与到音乐活动中。

据统计，2024年，维也纳共接待国际游客约770万人次，同比增长6%；旅游收入达35亿欧元，同比增长8%。其中，音乐活动直接贡献了约15%的旅游总收入，并带动酒店、餐饮、交通和零售业的全面发展，文创产品销量也显著提升。

如今，音乐已经不仅仅是维也纳的文化品牌，更是其城市品牌的核心资产，其音乐旅游市场规模占到欧洲的30%。通过不断创新演出内容、优化旅游服务、挖掘文化资源，维也纳成功将其音乐“资产”转化为持久而强大的文旅经济动力。

既用音乐讲述历史，也用音乐塑造未来，这座音乐之都的音乐传奇，还在续写。

在奥地利维也纳的大街小巷，音乐无处不在。巴洛克宫殿的回廊、咖啡馆大堂，甚至是克恩顿街头，空气中仿佛飘扬着音符。深厚的历史积淀与文化底蕴，成就了维也纳“音乐之都”的美誉。

音乐不仅是艺术的语言，更是城市繁荣与经济发展的动力源泉。维也纳市政府对音乐文化传统的巨大价值深怀体会，长期以来通过完善文化设施、提升服务质量以及进行多元化推广，形成了独具特色的音乐文化旅游产业链。2025年，维也纳市文化旅游预算首次突破1.2亿欧元，进一步加强了对音乐活动的支持。

维也纳不仅保有世界顶级的交响乐团、歌剧院和音乐节，还不断创新演出形式、丰富旅游体验，极大地吸引了全球游客慕名前来。其中，美泉宫夏季音乐会极具代表性。

美泉宫作为哈布斯堡王朝的皇家宫殿，拥有300多年历史，是巴洛克建筑的杰出代表。2004年，一位叫乌辛的电影制片人突发奇想，要在这座宏伟宫殿的花园搭建露天舞台，打造一个可以媲美维也纳新年音乐会的大型音乐品牌。这个音乐品牌的定位从一开始就设置为“大众欢聚”，因而不仅在艺术品位上不能打折扣，而且还要免费观赏。他的想法与奥地利国家电视台ORF、维也纳爱乐乐团、维也纳市政府等的设想不谋而合，得到了各方大力支持。

首届美泉宫音乐会获得空前成功，曾经10次获得美国格莱美大奖的爵士歌手鲍比·麦克菲林被请来充当乐团指挥——流行歌手与欧洲最著名古典乐团合作，实在是太有创意，想不成功都难。

此后每年的美泉宫音乐会都给人带来惊喜。其中第四届音乐会现场观众人数高达14万人，创下当地露天演出纪录。

2008年，美泉宫音乐会获得了瑞士腕表品牌劳力士每年300万欧元的赞助。自此，音乐会不再仅仅依靠财政资金支持，迈入了“音乐品牌+商业品牌”双品牌运作阶段，音乐会也正式更名为“美泉宫夏季音乐会”。

根植于深厚的音乐传统土壤，维也纳不仅为游客献上类似音乐会这样精彩纷呈的殿堂级演出，更通过整合城市资源，形成了音乐文化旅游的良性循环。例如，政府与文旅企业联合推出包含音乐会门票、博物馆游览、特色餐饮与住宿优惠等在内的“音乐文化旅游套餐”，推动音乐活动与旅游产业深度融合。此举不仅为游客提供了更丰富的旅游体验，而且有效延长了停留时间，大大增加了当地的旅游收入。

同时，维也纳还不断加大历史文化遗产保护和现代设施建设投入，确保旅游体验既有历史厚重感，又能满足游客对舒适性的需求。此外，维也纳还积极引入数字技术，采用增强现实（AR）、虚拟现实（VR）等互动方式，让音乐文化传播更加生动，吸引年轻一代参与到音乐活动中。

据统计，2024年，维也纳共接待国际游客约770万人次，同比增长6%；旅游收入达35亿欧元，同比增长8%。其中，音乐活动直接贡献了约15%的旅游总收入，并带动酒店、餐饮、交通和零售业的全面发展，文创产品销量也显著提升。

如今，音乐已经不仅仅是维也纳的文化品牌，更是其城市品牌的核心资产，其音乐旅游市场规模占到欧洲的30%。通过不断创新演出内容、优化旅游服务、挖掘文化资源，维也纳成功将其音乐“资产”转化为持久而强大的文旅经济动力。

既用音乐讲述历史，也用音乐塑造未来，这座音乐之都的音乐传奇，还在续写。

在奥地利维也纳的大街小巷，音乐无处不在。巴洛克宫殿的回廊、咖啡馆大堂，甚至是克恩顿街头，空气中仿佛飘扬着音符。深厚的历史积淀与文化底蕴，成就了维也纳“音乐之都”的美誉。

音乐不仅是艺术的语言，更是城市繁荣与经济发展的动力源泉。维也纳市政府对音乐文化传统的巨大价值深怀体会，长期以来通过完善文化设施、提升服务质量以及进行多元化推广，形成了独具特色的音乐文化旅游产业链。2025年，维也纳市文化旅游预算首次突破1.2亿欧元，进一步加强了对音乐活动的支持。

维也纳不仅保有世界顶级的交响乐团、歌剧院和音乐节，还不断创新演出形式、丰富旅游体验，极大地吸引了全球游客慕名前来。其中，美泉宫夏季音乐会极具代表性。

美泉宫作为哈布斯堡王朝的皇家宫殿，拥有300多年历史，是巴洛克建筑的杰出代表。2004年，一位叫乌辛的电影制片人突发奇想，要在这座宏伟宫殿的花园搭建露天舞台，打造一个可以媲美维也纳新年音乐会的大型音乐品牌。这个音乐品牌的定位从一开始就设置为“大众欢聚”，因而不仅在艺术品位上不能打折扣，而且还要免费观赏。他的想法与奥地利国家电视台ORF、维也纳爱乐乐团、维也纳市政府等的设想不谋而合，得到了各方大力支持。

首届美泉宫音乐会获得空前成功，曾经10次获得美国格莱美大奖的爵士歌手鲍比·麦克菲林被请来充当乐团指挥——流行歌手与欧洲最著名古典乐团合作，实在是太有创意，想不成功都难。

此后每年的美泉宫音乐会都给人带来惊喜。其中第四届音乐会现场观众人数高达14万人，创下当地露天演出纪录。

2008年，美泉宫音乐会获得了瑞士腕表品牌劳力士每年300万欧元的赞助。自此，音乐会不再仅仅依靠财政资金支持，迈入了“音乐品牌+商业品牌”双品牌运作阶段，音乐会也正式更名为“美泉宫夏季音乐会”。

根植于深厚的音乐传统土壤，维也纳不仅为游客献上类似音乐会这样精彩纷呈的殿堂级演出，更通过整合城市资源，形成了音乐文化旅游的良性循环。例如，政府与文旅企业联合推出包含音乐会门票、博物馆游览、特色餐饮与住宿优惠等在内的“音乐文化旅游套餐”，推动音乐活动与旅游产业深度融合。此举不仅为游客提供了更丰富的旅游体验，而且有效延长了停留时间，大大增加了当地的旅游收入。

同时，维也纳还不断加大历史文化遗产保护和现代设施建设投入，确保旅游体验既有历史厚重感，又能满足游客对舒适性的需求。此外，维也纳还积极引入数字技术，采用增强现实（AR）、虚拟现实（VR）等互动方式，让音乐文化传播更加生动，吸引年轻一代参与到音乐活动中。

据统计，2024年，维也纳共接待国际游客约770万人次，同比增长6%；旅游收入达35亿欧元，同比增长8%。其中，音乐活动直接贡献了约15%的旅游总收入，并带动酒店、餐饮、交通和零售业的全面发展，文创产品销量也显著提升。

如今，音乐已经不仅仅是维也纳的文化品牌，更是其城市品牌的核心资产，其音乐旅游市场规模占到欧洲的30%。通过不断创新演出内容、优化旅游服务、挖掘文化资源，维也纳成功将其音乐“资产”转化为持久而强大的文旅经济动力。

既用音乐讲述历史，也用音乐塑造未来，这座音乐之都的音乐传奇，还在续写。

在奥地利维也纳的大街小巷，音乐无处不在。巴洛克宫殿的回廊、咖啡馆大堂，甚至是克恩顿街头，空气中仿佛飘扬着音符。深厚的历史积淀与文化底蕴，成就了维也纳“音乐之都”的美誉。

音乐不仅是艺术的语言，更是城市繁荣与经济发展的动力源泉。维也纳市政府对音乐文化传统的巨大价值深怀体会，长期以来通过完善文化设施、提升服务质量以及进行多元化推广，形成了独具特色的音乐文化旅游产业链。2025年，维也纳市文化旅游预算首次突破1.2亿欧元，进一步加强了对音乐活动的支持。

维也纳不仅保有世界顶级的交响乐团、歌剧院和音乐节，还不断创新演出形式、丰富旅游体验，极大地吸引了全球游客慕名前来。其中，美泉宫夏季音乐会极具代表性。

美泉宫作为哈布斯堡王朝的皇家宫殿，拥有300多年历史，是巴洛克建筑的杰出代表。2004年，一位叫乌辛的电影制片人突发奇想，要在这座宏伟宫殿的花园搭建露天舞台，打造一个可以媲美维也纳新年音乐会的大型音乐品牌。这个音乐品牌的定位从一开始就设置为“大众欢聚”，因而不仅在艺术品位上不能打折扣，而且还要免费观赏。他的想法与奥地利国家电视台ORF、维也纳爱乐乐团、维也纳市政府等的设想不谋而合，得到了各方大力支持。

首届美泉宫音乐会获得空前成功，曾经10次获得美国格莱美大奖的爵士歌手鲍比·麦克菲林被请来充当乐团指挥——流行歌手与欧洲最著名古典乐团合作，实在是太有创意，想不成功都难。

此后每年的美泉宫音乐会都给人带来惊喜。其中第四届音乐会现场观众人数高达14万人，创下当地露天演出纪录。

2008年，美泉宫音乐会获得了瑞士腕表品牌劳力士每年300万欧元的赞助。自此，音乐会不再仅仅依靠财政资金支持，迈入了“音乐品牌+商业品牌”双品牌运作阶段，音乐会也正式更名为“美泉宫夏季音乐会”。

根植于深厚的音乐传统土壤，维也纳不仅为游客献上类似音乐会这样精彩纷呈的殿堂级演出，更通过整合城市资源，形成了音乐文化旅游的良性循环。例如，政府与文旅企业联合推出包含音乐会门票、博物馆游览、特色餐饮与住宿优惠等在内的“音乐文化旅游套餐”，推动音乐活动与旅游产业深度融合。此举不仅为游客提供了更丰富的旅游体验，而且有效延长了停留时间，大大增加了当地的旅游收入。

同时，维也纳还不断加大历史文化遗产保护和现代设施建设投入，确保旅游体验既有历史厚重感，又能满足游客对舒适性的需求。此外，维也纳还积极引入数字技术，采用增强现实（AR）、虚拟现实（VR）等互动方式，让音乐文化传播更加生动，吸引年轻一代参与到音乐活动中。

据统计，2024年，维也纳共接待国际游客约770万人次，同比增长6%；旅游收入达35亿欧元，同比增长8%。其中，音乐活动直接贡献了约15%的旅游总收入，并带动酒店、餐饮、交通和零售业的全面发展，文创产品销量也显著提升。

如今，音乐已经不仅仅是维也纳的文化品牌，更是其城市品牌的核心资产，其音乐旅游市场规模占到欧洲的30%。通过不断创新演出内容、优化旅游服务、挖掘文化资源，维也纳成功将其音乐“资产”转化为持久而强大的文旅经济动力。

既用音乐讲述历史，也用音乐塑造未来，这座音乐之都的音乐传奇，还在续写。

在奥地利维也纳的大街小巷，音乐无处不在。巴洛克宫殿的回廊、咖啡馆大堂，甚至是克恩顿街头，空气中仿佛飘扬着音符。深厚的历史积淀与文化底蕴，成就了维也纳“音乐之都”的美誉。

音乐不仅是艺术的语言，更是城市繁荣与经济发展的动力源泉。维也纳市政府对音乐文化传统的巨大价值深怀体会，长期以来通过完善文化设施、提升服务质量以及进行多元化推广，形成了独具特色的音乐文化旅游产业链。2025年，维也纳市文化旅游预算首次突破1.2亿欧元，进一步加强了对音乐活动的支持。

维也纳不仅保有世界顶级的交响乐团、歌剧院和音乐节，还不断创新演出形式、丰富旅游体验，极大地吸引了全球游客慕名前来。其中，美泉宫夏季音乐会极具代表性。

美泉宫作为哈布斯堡王朝的皇家宫殿，拥有300多年历史，是巴洛克建筑的杰出代表。2004年，一位叫乌辛的电影制片人突发奇想，要在这座宏伟宫殿的花园搭建露天舞台，打造一个可以媲美维也纳新年音乐会的大型音乐品牌。这个音乐品牌的定位从一开始就设置为“大众欢聚”，因而不仅在艺术品位上不能打折扣，而且还要免费观赏。他的想法与奥地利国家电视台ORF、维也纳爱乐乐团、维也纳市政府等的设想不谋而合，得到了各方大力支持。

首届美泉宫音乐会获得空前成功，曾经10次获得美国格莱美大奖的爵士歌手鲍比·麦克菲林被请来充当乐团指挥——流行歌手与欧洲最著名古典乐团合作，实在是太有创意，想不成功都难。

此后每年的美泉宫音乐会都给人带来惊喜。其中第四届音乐会现场观众人数高达14万人，创下当地露天演出纪录。

2008年，美泉宫音乐会获得了瑞士腕表品牌劳力士每年300万欧元的赞助。自此，音乐会不再仅仅依靠财政资金支持，迈入了“音乐品牌+商业品牌”双品牌运作阶段，音乐会也正式更名为“美泉宫夏季音乐会”。

根植于深厚的音乐传统土壤，维也纳不仅为游客献上类似音乐会这样精彩纷呈的殿堂级演出，更通过整合城市资源，形成了音乐文化旅游的良性循环。例如，政府与文旅企业联合推出包含音乐会门票、博物馆游览、特色餐饮与住宿优惠等在内的“音乐文化旅游套餐”，推动音乐活动与旅游产业深度融合。此举不仅为游客提供了更丰富的旅游体验，而且有效延长了停留时间，大大增加了当地的旅游收入。

同时，维也纳还不断加大历史文化遗产保护和现代设施建设投入，确保旅游体验既有历史厚重感，又能满足游客对舒适性的需求。此外，维也纳还积极引入数字技术，采用增强现实（AR）、虚拟现实（VR）等互动方式，让音乐文化传播更加生动，吸引年轻一代参与到音乐活动中。

据统计，2024年，维也纳共接待国际游客约770万人次，同比增长6%；旅游收入达35亿欧元，同比增长8%。其中，音乐活动直接贡献了约15%的旅游总收入，并带动酒店、餐饮、交通和零售业的全面发展，文创产品销量也显著提升。

如今，音乐已经不仅仅是维也纳的文化品牌，更是其城市品牌的核心资产，其音乐旅游市场规模占到欧洲的30%。通过不断创新演出内容、优化旅游服务、挖掘文化资源，维也纳成功将其音乐“资产”转化为持久而强大的文旅经济动力。

既用音乐讲述历史，也用音乐塑造未来，这座音乐之都的音乐传奇，还在续写。

在奥地利维也纳的大街小巷，音乐无处不在。巴洛克宫殿的回廊、咖啡馆大堂，甚至是克恩顿街头，空气中仿佛飘扬着音符。深厚的历史积淀与文化底蕴，成就了维也纳“音乐之都”的美誉。

音乐不仅是艺术的语言，更是城市繁荣与经济发展的动力源泉。维也纳市政府对音乐文化传统的巨大价值深怀体会，长期以来通过完善文化设施、提升服务质量以及进行多元化推广，形成了独具特色的音乐文化旅游产业链。2025年，维也纳市文化旅游预算首次突破1.2亿欧元，进一步加强了对音乐活动的支持