

嘉兴文旅消费节后“不降温”

吃虾、听歌、看球赛、逛古镇……烟火气从假期“蔓延”到日常

■ 晚报记者 郭渭渭 严涵

双溪湖的音乐浪潮，会展中心的龙虾盛宴，绿茵场上的激情呐喊，水乡古镇的沉浸式夜游……

今年五一假期，嘉兴多地开启“人从众”模式，文旅市场消费交出一份亮眼的成绩单：全市累计接待游客619.55万人次，实现旅游收入85.31亿元；中心城区吸引128.62万人次驻足，乌镇、西塘、濮院、盐官四大古镇贡献约91.88万人次客流。

过完五一假期，城市的烟火气仍在升腾，且看嘉兴如何实力圈粉、实力宠粉。

数字彰显“嘉兴活力”

超619万人次的客流背后，是实打实的消费活力。

仅在5月1日上午，南湖景区、月河历史街区、子城遗址公园、芦苇汇历史街区、南湖天地等景点、街区便迎来客流高峰。打开导航查询市区景区路况，多条路线以“红色”状

态直观反映——嘉兴的人气是真的旺！当天下午，“吴越杯”嘉兴队主场迎战绍兴队，两万多名球迷到场助威，赛场热情与假期人潮完美融合。

赛场旁的嘉兴国际会展中心广场，第二届“禾塘乐色”龙虾音乐嘉年华的火热持续到了五一假期的收官之日，游客三五成群围坐在一起，一张张桌上满是啤酒和小龙虾等美食，令人垂涎三尺。现场，七大歌手轮番开唱，还有网红大咖“鸡排哥”坐镇。

景区“红”了，赛场“热”了。这个假期，一组组数据勾勒出嘉兴消费的热力图：第二届“禾塘乐色”龙虾音乐嘉年华累计接待客流超23万人次，总营业额达485万元，首日便消耗小龙虾10吨；“吴越杯”嘉兴赛场外围的“浙里足够燃 一起来嘉游”65个文旅集市展位实现营收超30万元；双溪湖“溪引力X”嘉年华三天吸引3万人次观演，带动片区消费五六千万元。

一个个数字的背后，是“音乐+

美食+体育+市集+N”多业态融合为游客带来的沉浸式新体验，为假日文旅消费注入新活力。

双溪湖畔，胡夏、白举纲的倾情演唱，AI虚拟歌星《嘉速度》的首发，让市民在草坪上找到“松弛感”；会展中心内，十二种口味小龙虾搭配乐队演出，球迷凭“吴越杯”观赛包中的代金券实现“看台到餐桌”的无缝衔接；南湖景区、乌镇、濮院等地同步推出研学、蚕花盛会、宋韵夜游等特色活动，吸引八方游客纷至沓来；王江泾琵琶岛、新塍老街、双溪湖“一馆三中心”等项目投入运营，推出麦田艺术展、萌宠互动等活动，新塍老街游客峰值超10万人次。

在“反向旅游”热潮的带动下，乡村微度假也趁势再掀小高潮。五一假期前夕，嘉兴发布“全域乡村旅游护照”，整合精品民宿、田园采摘、野米饭体验等60余个特色点位，多元乡村体验让游客重温童年野趣。五一假期全市3A级景区村庄接待游客149.3万人次，营收

4848.13万元。

文旅消费热度不减

五一假期虽已落幕，但嘉兴文旅消费热度未减。

“吴越杯”赛程刚刚过半，后续多轮赛事将继续在嘉兴主场打响。从揭幕战至今，一张票根已展现出惊人的“乘数效应”，全市21个“第二现场”累计吸引观众5万余人次，拉动消费超1500万元。

更值得期待的是，5月23日华流之声巡回演唱会首站定档嘉兴时尚体育中心，5月29日张韶涵巡回演唱会首站将在嘉兴市体育中心开唱……嘉兴正加速构建“周周有演出、月月有活动、季季有盛会”的全时演艺格局。

与此同时，“票根+”联盟持续扩容，凭球赛、音乐节票根可享受景区免费、商圈折扣、餐饮优惠，让“一次性观赛”延伸为“全域消费”的链条越拉越长。

如果说赛事经济是嘉兴消费的

“爆发点”，那么双溪湖板块正成为热度延续的“稳定器”之一。五一期间，双溪公园、嘉邻中心等“一园三中心”同步迎客，该板块秉持“去节庆化”思维，计划全年布局近50场文体活动，涵盖音乐演出、体育赛事、艺术展览等，并启用AIGC视听产业OPC社区，吸引九州文化全球总部落地，未来将拓展“AI+游戏”“AI+教育”等业务，期待将短期流量转化为长期“留量”。

五一假期的热闹并非偶然。今年一季度，嘉兴全市服务业增加值同比增长6.9%，增速列全省第二位。从年初的“新春第一会”连发“八问”明确能级跃升方向，到“8+4”政策将消费转型升级列为重点领域，再到全年超300场“一起来嘉游”文旅活动的系统布局，嘉兴正在形成“政企联动、场景嵌入、金融赋能”的消费促进体系。

在嘉兴，消费活力不只在人潮涌动的假期，更在每一个可以被“留下来”的日常。



夏日装备采购忙

昨天，在嘉兴市区洪兴路上的一家体育用品超市内，遮阳帽、防晒服等夏季户外装备整齐陈列，不少市民正在对比款式、查看价格，为夏日出行与户外运动置办装备。

■ 记者 俞中岳 摄

讲文明树新风公益广告

社会主义核心价值

富强 民主 文明 和谐
自由 平等 公正 法治
爱国 敬业 诚信 友善