

端午，节日的氛围“太浓了”！

49家重点零售和餐饮企业三天销售3.27亿元

端午节的无锡消费市场一片火热，显示出巨大潜力和强大韧性。昨天从市商务局了解到，监测数据显示，节日三天实现销售(营业)额3.27亿元，较去年同期增长14.8%。从市场商家反馈得知，今年的粽子销量和相关“周边”十分畅销，节日氛围“太浓了”！

消费新供给，需求新高潮

“无锡开出好多新店，我三天都在外逛吃，太幸福了！”穿梭于中山路商圈的市民莫琳和闺蜜兴奋地说。端午期间，无锡高新万达广场开业，通过引进主力店、标杆定位性品牌，形成四代万达首店，天空一号、她立方、中国奔跑、WOW COLOUR等27家无锡首店也颇为亮眼。锡上MONO节前正式试营业，购物中心带来的无锡全新形象店铺和首店占比达到45%以上，白水荡锡食局、米其林二星喜粤8号、饕泰泰国餐厅、木槿料理专家等一批首店亮相登场。这些首店的开张为锡城市民带来了消费新供给，成为拉动消费的新增长点。

线下各商场、综合体、商业街区推出的端午促销活动“叫好又叫座”，呈现出需求新高潮态势。无锡荟聚节日期间销售额同比增长10%；无锡八佰伴中心销售额同比

增长134%；滨湖万达节日销售额增长5%；无锡融创茂节日期间客流和销售同比增长均超200%；百联奥莱节日前两天客流就达3.2万人次。

餐饮消费依然是人气集聚的“扛把子”。就餐高峰期间，不少餐饮店均出现了排队等候的现象。如新地假日广场以各种独具特色的料理吸引顾客消费品尝，真利味脊骨汤、满满食事、恩你小木屋等韩国料理和彩亭、八鹤、贵木等日本料理一位难求，假日期间广场人流量同比增加50%，营业额增长约30%。苏宁广场举办的“in核食光·梁溪端午国朝美食节”主题活动，10余家无锡老字号首次加盟，40余个美食品牌、百余款美食供免费品鉴。海岸城(八方汇)开展“粽”头戏 五折美食狂欢”主题活动，吸引了众多食客。

品牌肉粽成“顶流”

据了解，从5月中旬起，锡城的粽子就开始进入重点售卖期，临近端午的一周迎来销售的爆发期，端午节期间迎来粽子消费高峰。“店里每天都要补货小脚粽，白米粽也是日日新鲜出炉。线下线上的订单都很多，工作人员已经陆续加班两个月了。”宏凤年糕坊负责人沈女士说，由于需求太旺盛，部分粽子礼盒早已售罄，目前根据运力酌情补充，确保批发和零售都能尽量满足。线上行情也很火爆。叮咚买菜平台数据显示，近一个月，“粽子”等相关关键词搜索量同比增长了100%。截至6月20日，叮咚买菜粽子品类销量已达85万份，预计今年端午整体销量破百万份。

记者走访发现，市面上不仅有传统的鲜肉粽、蜜枣粽等口味，还有椰子肉粽、霉干菜肉粽、柚子银耳粽、玉米八宝粽、巧克力流心粽、腐乳肉粽等新奇口味。今年新推出的榴莲冰粽糕点也受到很多年轻人的追捧，粽子品类的创新产品亦是今年端午市场的一匹“黑马”。从销量来看，包装简约、性价比高的平价粽子更受消费者青睐，其中，品牌大肉粽最受顾客喜爱。美团买菜平台数据显示，20元以下的平价粽子销量占比超过八成，销售量前五的粽子品类中，肉粽占比为蜜粽的两倍，销量同比增长6倍。叮咚买菜平台的肉粽日均销售达3000多份。

DIY体验带火粽叶和“周边”

除了现买粽子，越来越多的年轻人选择DIY体验手工的乐趣，粽叶销量也异军突起。“铺好粽叶、放上赤豆和糯米，包包裹裹，最后绳子一扎，一个小小的粽子就诞生了。”市民肖女士为了让孩子体会节日乐趣，特意购买了粽叶、糯米、艾叶让小孩动手实践，亲自体验和感受中国传统节日的魅力。在多家线上平台，近一周以来的粽叶相关产品销量环比上周增长了近700%。

除了粽子，与端午节相关的艾叶、艾糍、五彩绳、香囊香包等商品也全面热销。

不少市民对插艾草、佩香囊的习俗越来越重视，街头巷尾购买艾草的人络绎不绝。锡城好几家主流线上平台的艾叶一上架便成为平台鲜花品类的爆款产品，艾草、艾叶的销量同比翻一倍，以艾叶为主角的花束和礼篮也是销售正旺。今年既有传统的艾草和菖蒲组合，也有包括细叶尤加利、喷泉草、黄金果在内的更加年轻化的搭配，市场反响热烈。此外，端午吃“五红”的传统也带动了冷鲜鸭肉、鸭蛋、小龙虾的热销。

(晚报记者 天易)

端午假期遇上“毕业季”

锡城文旅市场人潮涌动，文明旅游氛围浓



景区供图

与八仙一起“仙”游惠山古镇；徜徉拈花湾赏明灯三千；遨游动物园亲近自然……这个端午假期虽然不长，但市民游客的出行意愿却持续高涨。文化和旅游部数据中心报告显示，端午假期前两天，全国国内出游8080.68万人次，同比增长32.65%。驴妈妈数据显示，无锡同时上榜“端午假期热门出游城市”与“热门目的地”前十。

主打出门“仪式感”，“两小时旅游圈”受欢迎

“在古色古香的环境中感受到了传统节日的魅力。”惠山古镇内，来自上海的游客刘女士身着汉服与好友一起兴致高涨地四处游玩着。“高温也阻挡不了游客的热情。”惠山古镇工作人员介绍，端午节首日，景区累计游客数超4.7万，第二天也达到了4.41万人次，“只有第三天由于下雨，游客人数较之前有所减少。”

锡城各处景点持续火热，记者也看到，前往游玩的市民游客，大多都能做到爱护景区环境和公共设施，践行文明旅

游的良好风范。市民胡阿姨表示，“文明是最美的风景，我们要拒绝不文明行为。”

据了解，三天小长假，不少市民游客选择花更多时间度假，将在路上的时间缩短，主打出门“仪式感”。行程短、交通方便的周边游预订火爆，3小时自驾圈、2小时高铁圈成为游客的不二之选。而交通便利、生态环境优美的无锡依旧是众多游客喜爱的目的地。驴妈妈数据显示，无锡同时上榜“端午假期热门出游城市”与“热门目的地”前十。

“毕业季”覆盖端午假期，亲子游、毕业游热度高涨

恰逢高考结束，端午假期被“毕业季”覆盖，亲子游、毕业游关注度持续拉升。马蜂窝旅游相关数据显示，本次端午假期，亲子游、毕业游平均热度涨幅分别为135%和115%。亲子游方面，无锡市民更喜欢为孩子选择融入动物观赏、科教研学、生态体验等主题的热门目的地，如无锡动物园、无锡博物院、各处湿地公园等，都迎来了大批家庭游客。

无锡年轻人的“毕业游”则更青睐精致新潮的目的

地。“网红打卡、美食美景、文博潮玩等。”市民小李告诉记者，自己和朋友们会在小红书、微博等网站上搜索一些网友的出游推荐，网红博主的出游VLOG更是他们规划旅行的重要参考。

春秋国际旅行社工作人员介绍，根据市民咨询的热点来看，在网红城市和烟火美食的双重加持下，成都、重庆成为不少学子毕业游的热门之选。南京、西安也依靠千年古都的魅力赢得众多年轻人的“芳心”。

端午避暑搭配清凉玩法，水上乐园人气高

驴妈妈数据显示，无锡融创海世界、广东长隆度假区、嘉峪关关城、天山天池、额尔古纳湿地景区等水上乐园和避暑类景区人气大增。马蜂窝旅游大数据也显示，近一周来，“端午避暑”的综合热度涨幅高达145%。市民徐梦表示，青岛、贵阳、昆明这三个城市已被自己加入避暑旅游目的地清单。

“溯溪徒步、漂流、露营、桨板等成为许多年轻人初夏

的避暑优选。”携程旅行工作人员介绍，近两周“溯溪”相关产品热度环比增长超50%。露营相关热度也大幅上涨，如内蒙古、宁夏、贵州的露营地都很受欢迎，草原、沙漠、湖畔、山谷更是露营爱好者的天堂，有不少年轻市民与家庭游客咨询相关行程。“从端午出行的火热程度来看，预计接下来的暑期市场将迎来新一轮旅游小高峰。”

(张颖)



端午赏荷

6月23日，管社山庄，市民们在赏荷游玩。端午假期，正值锡城各处荷塘的荷花次第开放，市民出门赏荷度假。

(还月亮摄)