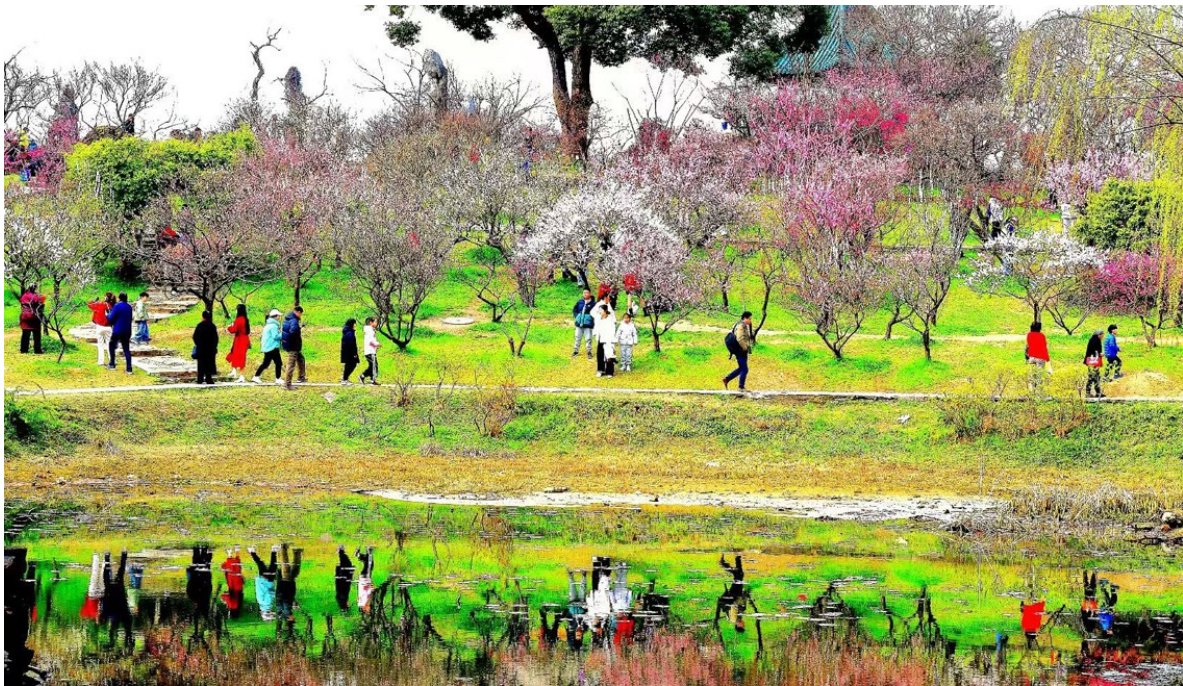




鼋头渚景区涌入10万人次的游客，梅园景区人流量高达7万人次……上周末，无锡各大景区涌入大量游客，大家“赏花游”的热情高涨，拉开了春日经济的序幕。记者从无锡市文旅集团获悉，3月9日，无锡景区入园人次达12万，二次消费明显增长，据统计，每位游客的消费力同比增长了21%。



每位游客消费力同比增长21% “一朵花”打开无锡的春日经济

赏花人群 卷起消费潮

携程旅行网统计的数据显示，从3月份开始，赏花类度假产品的预订量同比上涨380%，无锡迎来了赏花热潮。近两周的周末，无锡景区处处人头攒动，排队和拥挤成为常态。“梅园景区根本进不去，鼋头渚除了人还是人……”从事人力资源工作的刘云一边在朋友圈“控诉”，一边仍义无反顾地前往景区。

上周日早上8时30分，记者打开地图，通往鼋头渚景区的路堵成了“深红色”。“上午9点出发，10点才看到了心心念念的樱花。”市民小媛笑着表示，她明知会堵，但被樱花吸引，还是加入了第一波赏花人群。鼋头渚景区的工作人员表示，一到周末上午10点，停车场就停满了车。记者获悉，鼋头渚景区上周末人流量达10万人次，门票收入大幅增加，同比增长29%。赏樱游船套餐门票预售仅1天就卖出1万多张。

梅园景区连续两周刷屏社交平台。梅花观赏期接近尾声，这也加快了市民和游客赏梅的脚步。“来开原福面餐馆吃面，这里永远在排队。”市民张先生笑着说，旁边的梅花糕、豆腐花的摊位也排起了长队。苏州游客小股告诉记者，为了吃梅花糕，他排了40分钟的队。梅园公园管理处主任陈方舟表示，繁花盛景对年轻人而言，是最理想的打卡点，在此美景之下，传统文化与新生活产生了有趣的碰撞，激发了赏花活力和经济收入，一朵花撬动了锡城的“赏花经济”。



(华铭文 摄)



赏花场景 解锁流量密码

网红赏花场景是解锁流量密码的关键。“我们在樱花谷设置了4个网红打卡点，还增添了汉服互动场景。”鼋头渚景区相关负责人朱俊表示，樱花谷内有漫画小巷，可以现场画漫画；汉服妆造馆也已开门营业，前来预订拍摄的游客络绎不绝，每个周末都超过60人。在樱花主题场景下，文创樱花雪糕、樱花风铃、樱花伴手礼等产品推陈出新，“周末两天，樱花雪糕、樱花冰箱贴的销售额都超过5万元。”朱俊说，景区这次推出的樱花雪糕反响特别好，立体园林款更是深受大家喜爱，直接上了小红书热搜榜。

记者获悉，鼋头渚景区还将复刻春晚舞台，延续春晚长尾效应，为游客提供同款春晚打卡点。新增的场景延长了游客的停留时间，促进了消费行为。“舞台旁边有很多小摊，一边喝咖啡一边看美景，多好啊。”00后小米说。

据了解，樱花季景区周边住宿紧张，樱花山庄141个房间4月中旬前的已全部订满。

无锡太湖鼋头渚景区旅游集团总经理林波告诉记者，游客对景区的要求越来越高，要让他们消费，需要有更好的场景铺垫。

梅园的荷兰广场周边，郁金香、木桥和溪水相互映衬，吸引了不少人带着摄影装备守候在这里，希望能拍下其他人的“旅行笔记”中推荐的同款美景。旅拍达人陈小小小在小红书上拥有近百万粉丝，兼职帮人拍照是他的收入来源之一。“我提前来蹲点，虽然花还没开全，但已经有很多人预约我拍照了。”他告诉记者，2月底就有人约他拍照，截至目前他已累计接了60个拍照订单。

梅园的郁金香吸引了众多游客，这也让梅园景区内的泥人咖啡馆“格外受宠”。有着落地玻璃的泥人咖啡馆里，有很多适合拍摄郁金香的机位，搭配店内装饰进行构图，照片显得格外有情调。泥人咖啡馆的工作人员表示，每当郁金香盛开时，一天能卖超过200杯咖啡。

多元融合下 效应倍增

“太湖揽胜·河湖联动”水上赏樱主题专线正式首航，3艘游船搭载着近百名游客；全市首条“樱花季商圈专线”正式运营，带动了周边商圈的消费。“目前还没到樱花季客流量的巅峰，如果能成功引流，会带来更多的经济效益。”无锡公交集团锡巴士运务公司负责人黄娜说。

上周，无锡迎来由37位韩国游客组成的国际游轮团，这是中国对韩试行免签政策以来首个到访无锡的韩国游轮团。记者获悉，今年1—2月，我市纳入监测的A级景区共接待游

客2444.8万人次，为去年同期的151.9%；景区游客消费95.1亿元，为去年同期的153.9%。其中，1—2月，我市入境游客量（含港澳台）同比增长35.8%。根据国际银联数据，入境无锡旅游消费6.94亿元，占全省的17.2%。我市近日制定出台了《无锡市繁荣文化旅游业若干政策措施》，从扩大特色优质产品供给、丰富消费惠民举措、优化文旅产业生态等多个维度入手，着力将文化旅游业培育成为支柱产业，实现从“爆火”到“长红”。(晚报记者 马晟/文 受访者供图)