



「五一」假期热力十足

265万人消费17亿

本报讯(记者 杨凌紫 通讯员 侯健丽 陆特 倪特)刚刚过去的“五一”小长假,我区人气爆棚,各大商圈人头攒动、文旅活动轮番开展、美食餐厅排起“长龙”、商场超市顾客盈门……

这场“文商旅融合”的消费盛宴 交出了亮眼答卷

“五一”期间我区全域共接待游客 **265.25万人次**,同比增长**30.59%**

旅游消费达**17.44亿元**,同比增长约**20%**

全区重点监测的25家商贸企业实现销售额**6.78亿元**,同比增长**9%**

以夜间消费、首发经济、以旧换新政策为三大引擎,通过超60场主题活动的匠心布局,拱墅不仅为市民和游客打造了一场“购物+文化+娱乐”的沉浸式体验,更展现了消费市场的强劲动力。



首发经济 商圈变身潮流打卡地

五一期间,武林商圈迎来客流高峰。杭州大厦门前的“繁华秘境”法式花园成为新晋网红地标,吸引游客们驻足拍照打卡。而在百米外的杭州中心,全国首站GOODERS快闪店首日零售额突破百万元,潮流买手们为抢到独家限定款排起了长队,独特的消费体验让杭州中心客流创下开业以来新高。嘉里中心联合

合海玛特打造的LABUBU全国首展,带来全球首场无人机大秀,数百架无人机在夜空拼出巨型LABUBU形象;大悦城的“名侦探柯南30周年纪念展”复刻日本经典场景,1:1还原毛利侦探事务所,游客不仅能参观,还能购买独家授权周边,假期累计接待1.2万人次,销售额超500万元;城西银泰城的“宠物时髦计划”则瞄准“毛孩子经济”,萌宠市集、宠物走秀等活动让商

场变身“萌宠乐园”,带动日均客流量大大增长。新业态的崛起重塑着消费格局。新天地商圈化身“次元宇宙”,连续6天举办“电竞音浪之夜”,Cosplay巡游、电竞赛事、Live演出无缝衔接,打造24小时不夜消费场景。“我们不仅卖商品,更卖体验。”新天地相关负责人表示,这种“电竞+潮流”的跨界组合,吸引了大量消费者。

商旅文融合 沉浸式体验点燃消费热情

大运河畔的“商旅文”融合更为亮眼,文化IP成为消费升级的“催化剂”。杭州中国丝绸城街区以“封神”IP为核心打造的国潮嘉年华,将神话场景搬进现实:封神主题COS巡游、数字水墨艺术展、游园打卡互动等活动吸引5.2万人次参与,带动街区营业额超2500万元。“仿佛穿越到《封神演义》的世界,还能买丝织文创产品,体验感满分!”游客李女士表示,众多新场景带来的新消费,让市民游客感受着

不一样的出行体验。运河游船丰富产品线,“运河畅游一日游”串联4大站点便利游客出行,运河夜游等项目带来梦幻夜游体验,新推出的小河游船“荡荡儿”充满江南韵味,还有至湖州南浔的精品游,假期运河游船共接待5.16万人次;胜利河美食街客流量达1.8万人次,营业额超120万元;升级版《如梦上塘》夜游演艺新增宋词快闪表演,接待游客4000人次;运河畔的“运河有戏”流动音乐会串联三大历史文化街

区,带动商圈消费额同比增长5%。各类文旅活动精彩纷呈。全区49场特色活动轮番上演,大运河杭钢公园2025“Play Ground”潮流生活嘉年华接待游客超7万人次;《第五人格七周年线下庆典暨深渊的呼唤Ⅷ全球总决赛》吸引4.65万人次;武林之星博览中心的AI机器人游乐园活动,接待游客近3万人次;文博场馆也成为热门打卡地,全区30家文博场馆举办16场展览,接待游客20万人。

老街区新外摆 烟火气里涌动消费热潮

“五一”假期,各色花式“外摆”成为我区老街区新亮点,不仅为游客带来新鲜体验,也为假日经济注入新活力。

小河直街外摆区将传统茶艺转化为沉浸式体验项目,警花造型、漆扇制作、传统点茶等国潮业态串珠成链。警花店家瑶瑶表示:“沿街的外摆和精致的陈设让游客停下脚步,他们不只是匆匆过客,也融入其中,成为老街区文化的共创者。”

大兜路历史文化街区紧紧围绕运河文化、市井文化等本地特色文化元素,将外摆区域与街区古色古香的建筑风貌、运河沿岸景观有机融合。外摆茶摊、文创摊位错落有致,人们在品味茗茶、挑选文创产品的同时,感受“老杭州新生活”场景。“部分商家外摆区域的座位比室内多出2-3倍,这种场

景式消费构筑出新的增长曲线。”街区所在的湖墅街道仁和仓社区工作人员董丹瑞说。

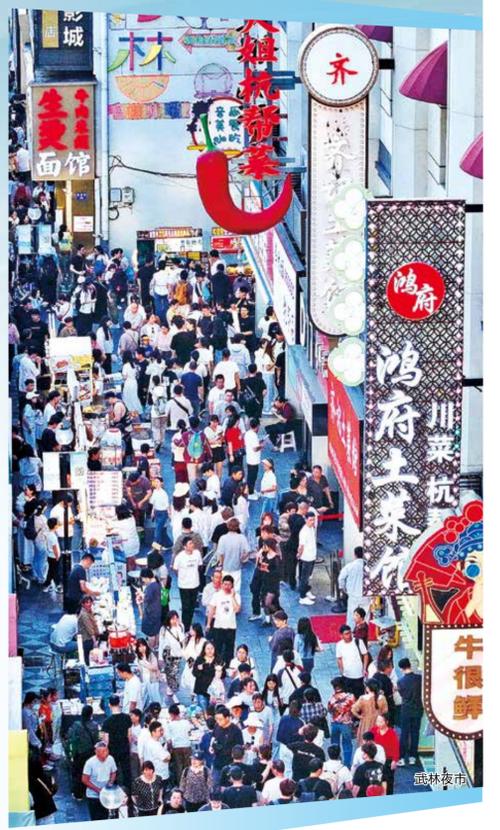
夜幕初降,武林夜市霓虹初上。海伦小酒馆外摆区,调酒师现场展示水果风味酒,色彩斑斓的酒杯在酒杯里旋转、碰撞,这种“后厨前厅”的氛围,让酒馆在众多店铺中脱颖而出。“我们想通过这种方式,吸引更多顾客。”店主说。

武林夜市党支部书记、总经理叶连忠表示,外摆店招成为展示小店的独特魅力的窗口,为游客提供更多元消费选择,也为游客探索城市的新视角。5月1日-3日,武林夜市日均客流超平日两倍。外摆经济繁荣离不开政策支持。自2023年3月杭州市综合行政执法局(杭州市城管局)推出“外摆新政”1.0以来,我区15个试点商圈外摆业态进一步拓展,户外文化促销活动增加至每月20天,后推出外

摆2.0政策,明确对武林商圈等3个示范商圈打造主题集市等举措。今年2月,杭州城管部门再升级推出“十允许、三服务”政策,允许店家设置海报、宣传信息等,统计显示,全市部分商户营业额、客流量同比上升10%-50%不等。

区城管局相关负责人表示:“外摆新政实施以来,我们不断优化措施,从场地、业态、时间等方面突破,为商家和消费者创造良好环境。比如武林路就是通过步行街区‘一场一方案’的设计规划,融入市集、外摆、特色卖点、个性化店招等,让更多人了解外摆经济的魅力和价值。”

这个“五一”,老街因外摆经济而烟火气十足。从传统技艺的创新演绎,到年轻人的微度假场景,再到小店小铺的多元展示,外摆经济不仅为游客带来丰富的消费体验,更为城市发展注入新活力。



以旧换新 政策红包激活消费潜力

近日,在位于东新街道绍兴路的和之宝汽车展厅内,市民张先生正忙着办理旧车置换手续。“政府补贴加上企业优惠,置换一辆新能源车能省近3万元!”他指着刚选中的新车难掩兴奋。作为我区汽车促消费政策的直接受益者,像张先生这样的消费者在五一期间集中涌现——自4月24日启动第二轮汽车补贴以来,全区二季度累计销售新车580台,拉动销售额1.15亿元,其中和之宝销售额同比暴涨113%,成为车市“黑马”。

汽车消费的热火,正是我区以政策杠杆撬动市场的缩影。为抢抓假日消费黄金期,我区在国家补贴基础上“加码”,推出2000万元消费电子消费券,仅4天时间就核销193.91万元,直接拉动销售额2020.64万元。政策落地过程中,企业创新玩法也是层出不穷。如极狐、德奥汽车、领克、元通、广通等车企五一推出到店礼、试驾礼、购车礼、置换礼、秒杀礼、金融礼、保障礼、安心礼等活动,引发了选购热潮。

这个假期,位于我区的京东五星电器门店挤满了选购的市民。“政府补贴叠加门店和工厂优惠,部分家电折扣可达50%,五一期间客流量同比激增45%,销售额增长50%。”相关工作人员说。数据显示,整个假期,全区家电、3C、家居以旧换新累计核销交易2.58万笔,核销补贴金额1695万元,撬动销售额超1.07亿元。区商务局相关负责人表示:“政策精准聚焦消费者换新需求,既推动了绿色消费升级,也为企业注入增长动能。”

人气旺、市面暖、活力十足的假日图景背后,是精准的政策设计、多元的场景创新与深厚的文化底蕴的协同发力。从汽车、家电等大宗消费的“以旧换新”政策、外摆新政实施,到商圈的首秀首展引流,再到文商旅融合的体验升级,我区以“政府搭台、企业唱戏、群众受益”的良好生态,打出促消费“组合拳”,持续掀起消费热潮。

