



招商热线：0513-82277222
地址：江苏省海门市三星镇

培育新业态 升级新模式 打造新亮点

以江南文化为底色 为“苏州湾”标识添彩

本报记者 汪宏胜 □ 忽 艳

苏州吴江东太湖生态旅游度假区(下文简称:度假区)成立于 2011 年,位于长三角生态绿色一体化发展示范区,2012 年获批省级旅游度假区。经过十多年建设发展,沿太湖岸线生态不断修复,林田共生、城绿相依的东太湖度假区让高质量发展真正呈现出“绿色维度”。

近年来,度假区突出“运动+度假”特色,以争创示范区国家级旅游度假区为总目标,以“产城人一文体旅”深度融合为发展路径,构筑了运动、时尚、艺术、生态多元融合的百里风光带,壁画出度假区“现代与生态交织的独特界面”,擦亮江南文化“苏州湾标识”。

2022 年,度假区接待游客达 260 万

同期增长 192%;旅游总收入 4147.66 万元,较 2019 年同期增长 505%,强劲复苏的文旅市场再创新高。

目前新业态消费是新生代消费者追捧的热门领域,大致分为“文旅融合类”和“文旅+”两大类型。东太湖度假区注重推出兼具历史文化底蕴,风格上更趋年轻化,形式上更追求沉浸感、互动强的文旅融合新业态。让身临其境的游客们感受到魅力独特的旅游新体验,实现了文化传播和提振消费的同频共振。苏州湾大剧院、苏州湾博物馆、苏州湾数字艺术馆三大场馆充分释放文旅产业的集聚效应,成为长三角市民游客争相打卡的热门文旅新空间。

苏州湾博物馆于今年 1 月 17 日正式开馆。5700 平方米展陈面积、2 万余件馆藏文物,真实展现吴江 6000 多年

合注入新的动力。同时,坚持内容为魂、科技为体,深度挖掘文化精髓,结合吴江丝绸文化、江南文化,打造优质文化 IP。苏州湾数字艺术馆实现开业即爆款,成为大批游客前来东太湖“打卡”的又一新地标。

苏州湾大剧院以建筑面积 10 万余平方米位居苏州剧院之首。剧院设有 1600 座歌剧院、600 座戏剧厅、20 多间排练厅以及面向东太湖之滨的广阔户外空间,每年演出与活动超过 140 场,平均每年接待观演游客超 20 万人次。五一期间,苏州湾大剧院更是多部演出轮番上演,音乐剧《苏东坡》、《千年唐乐》唐代礼乐复原组、波兰儿童创意互动剧《纸先生萨蒂》等精彩演出,满足人们日益增长的精神文化需求的同时,也为大家送去了欢乐。截至 5 月底,共演出 92 场次,举办活动 86 场,接待超 6.5 万人次,实现营收 2393 万元。

这个五一,东太湖热度飙升。无论是热门的网红直播式打卡,还是最契合度假区的江南慢生活;无论是追求文艺范儿,还是追逐潮流运动风,东太湖都以高品质的度假服务保障与文旅产品供给,完成了这场与游客间的双向奔赴,而这些成绩的取得与近些年东太湖为之付出的努力以及消费条件的改善、消费场景的创新、消费氛围的营造密不可分。

人间烟火气 最抚凡人心

创新消费场景,是对传统消费场景的有效延伸,也是对消费升级新需求的主动呼应。随着各大饭店龙虾季的开启,东太湖度假区内美食地图被——点亮。无论是星级酒店的精致大餐,还是街头巷尾的特色小吃,亦或是接档白天热闹的夜市美食,都可以感受到东太湖“最抚凡人心”的烟火气。

“目前周末和节假日的客流会持续在 6 万加以上,日销售额也在 600 万以上。一方面是商场会提供一些丰富的互动活动,另一方面也会联合商家去进行一些促销和商品的上新活动 为广大客户提供更好购物选择。”万象汇商管团队市场部负责人尹晴勇告诉记者。盛家厍、万象汇、砂之船(奥莱)等商圈汇聚了吃、喝、玩、乐、娱、购业态,汇聚了旺盛的人气。假日内除了延长营业时间,另有各种优惠活动,带动文旅消费的热情。

近年来,夜间消费已成为各地刺激消费、拉动经济发展的新引擎。除了现代化的购物中心与完善服务,东太湖的夜晚也分外迷人。“夜市”与“夜食”,相得益彰。“今年我们在这个地方增加了很多配套服务,像很多可以落座的餐饮区,火锅、中餐、日料、西餐,同时也增加了露营地、亲子类的配套。现在来万公堤,不仅仅是跟以前一样,走一圈、买点路边的小吃,也可以中午停留下来,有餐可以用。晚上万公堤的灯光非常漂亮,包括大堤上的夜景也非常美,玩的内容丰富了,所以从早上一直可以玩到晚上,让游客增加了很长时间的停留时间。”万公堤·时光森林运营负责人王龚表示。

万公堤总长约 3 公里,建设面积约 26 万平方米。主干道樱花大道,亦是彩虹跑道,两侧遍植早樱,以及成片栽植北美海棠、绯红晚樱、美国红枫、水杉、银杏等,是拍照打卡、休闲活动、骑行跑步、健身赛事的优选之地,是环太湖风景路的重要组成部分。

万公堤·时光森林位于万公堤内,于 2021 年 3 月对外开放,已逐步打造出业态丰富的两片区域,年接待游客 67 万人次。万公堤·时光森林主打“城市森林系慢生活目的地”,这里有记忆中的绿皮车、艺术文化市集、房车商业部落、民谣音乐基地、森林系拓展基地,自然景致中分布有日料店、甜品店、手作店、木屋书店等,涵盖餐饮、休闲、娱乐、文化、生活、教育等功能,满足不同游玩需求。绿树成荫的“时光森林”是前来东太湖旅游的游客必打卡之



处,已成为游客青睐的城市中的“天然氧吧”和沉浸式“慢生活空间”。

万公堤、盛家厍等地的夜市吸引了从四面八方而来的游客,纵享夜晚欢乐。东太湖畔的灯光秀、文化中心内古风汉韵沉浸式演绎、民俗展演等系列“文化夜宵”,拉满节日氛围感。东太湖用心打造美食、夜游、娱乐、景观四大“夜间经济 IP”,不断提高度假区的吸引力与聚集度,点亮东太湖的夜经济。

“微度假”升级消费发展新模式

随着个性化旅游不断迭代,都市圈周边的“微度假”模式逐渐兴起,成为在传统旅游消费模式上升级的新消费方式。东太湖度假区的“微度假”模式,以近距离、短时间、慢体验为主要特点的露营活动成为市民游客的“新宠”。

北起万公堤,一路往南,47 公里太湖岸线,成为大型露营胜地。在节假日期间,万公堤、生态园、花伴湾等景区还有露天电影、森林音乐会、篝火晚会等精彩互动节目。

结合自身特色,东太湖度假区深入挖掘自然环境与体育运动相结合的旅游玩乐资源。相继推出皮划艇、桨板、帆船等水上运动体验,打造温泉、采摘、研学等户外亲子活动,构筑“运动+户外”多元化微度假产品体系。与此同时,度假区致力于打造绿色生态游,深耕美丽经济,实现农旅融合发展。让游客们在充满绿意的假期里,回归自然与本真,唤醒舌尖与心间的乡愁。变风景为“钱”景,将一时“网红”转四季“长红”。

围绕拥有诸多高端酒店这一资源,东太湖度假区谋定而后动,以“酒店+”为核心,从丰富业态、提升服务等全方位加强度假产品,全力推出“酒店+Staycation”宅度假酒店。节假日期间,从星级酒店到田园乡村民宿,平均入住率超 75%。五一期间,东太湖大酒店、苏州湾艾美酒店、苏州湾洲际华邑温泉度假酒店等沿太湖高端度假酒店前三日入住率超 90%,呈现“一房难求”态势,实现酒店营收 1060.5 万元。

据了解,目前东太湖度假区拥有各类高品质住宿设施 1690 间。其中,以五星级标准打造并已建成的酒店有 6 处,客房数 1549 间;正在建设的有 3 处,预计可再新增 700 间客房,共同构筑度假高品质住宿集群。

顺势而为 打造文旅消费新亮点

一直以来,在成熟的市场较量中,谁能抢先拓新“市场渠道”,谁就能扩大市场占有率。当下“互联网+旅游”和数字文旅发展,促使线上和线下相融合的消费模式迅猛发展。东太湖度假区注重加强与新媒体合作,形成度假区宣传推广全媒体矩阵。“遇见东太湖”官方微信公众号、视频号、抖音号、小红书、喜马拉雅等账号,今年共发布

短视频、旅游攻略图文、音频 210 条,累计曝光量约 458 万人次,产生了极强的宣传效果。

随着新生代消费群体成长以及自

1.0 向场景度假 2.0 转变。二是打响文化品牌。深度挖掘吴地非遗文化产品,利用并讲述好非遗文化故事。在度假酒店、景区、文化场馆等文旅地



人次,实现旅游收入 15 亿元。自 2012 年以来旅游及配套基础设施累计完成投资 433 亿元。优美的生态环境、浓厚的度假氛围,赢得了游客的好评与专家的赞誉,度假区先后荣获:中国最美宜居宜业宜游胜地、中帆协赛事合作贡献奖、中国帆船特别贡献奖、全国青少年帆船最佳赛区、全国沙滩排球巡回赛最佳赛区、长三角最佳慢生活度假区、江苏省自驾游基地、江苏省生态旅游示范区、十大健康养生旅游目的地、中国体育旅游精品项目、江苏省“旅游+互联网”模式创新优秀项目、江苏省旅游厕所优秀设计奖、携程“2021-2022 年度热门旅游目的地”等多项荣誉称号。

五一假期 亮眼成绩单

这个五一假期,全民出游热度空前高涨。东太湖度假区内各大景区,特色街区、文化场馆人潮如织,生态休闲游、深度文化游、潮流运动游各领风骚,节日文旅活动丰富,消费持续升温。在城市街巷寻景寻味,在乡村田园采摘露营,走进博物馆触摸历史,来到公园郊野亲近自然陶冶身心……“文化味浓”“烟火气旺”“体验感好”,成为不同人群不同经历的共同体会。

仅五一期间,东太湖度假区累计接待游客及市民 40.04 万人次,较 2019 年

历史,构建起一个连通古今、凝聚情感的市民文化新空间。开馆以来,参观者日均超过 1000 人次。日前,苏州湾博物馆又结合本届国际博物馆日主题,发起三展联袂献礼。在沉睡中醒来,重现一千五百年北魏造像“芥子须弥——云冈特展”;溯源三千年西周古礼,开启新时代全新命运“虎贲:新时代、新命运”;壮志谱风雅,江南人文大观“观·艺境——苏州湾博物馆藏书画精品展”。三大时空汇聚江城,让游客能在一个空间内,同时见证历史的共鸣和美好的新生。

漫步在苏州湾数字艺术馆如梦如幻的光影场景中时,该馆品牌负责人韩培朴告诉记者:“从 3 月 11 日正式开馆以来,接待超 80000 人次,实现收入 295 万元,整个五一小长假接待约 15000 人次,这个数据对于艺术馆来讲已经是非常好的数据了,来看馆、看展的人群非常多,包括亲子类的家庭非常多,得益于整个大市场复苏的好。在大的节点,比如‘五一’、‘十一’,我们都会举办大的活动,这些活动更多的以亲子公共教育为主,在暑期档会有研学类型的活动。联合各个机构、联系艺术大咖,为小朋友提升美育的课程和体验。”馆内常设展“灵境”“灵眸”及特展“画游千里江山”,为“文化+”模式的跨产业融



媒体平台发展,文旅消费越来越受到“网红”的影响。网红消费是粉丝经济、社群经济的延展,由网红效应引发的消费正成为文旅新消费的新亮点。5 月 20 日,结合时代热潮,东太湖度假区打造网红打卡新地标。举办“520 爱在东太湖”活动,现场“爱语”墙打卡、点灯仪式、音乐喷泉、露营美食、音乐市集,与璀璨夜景交相辉映,烘托城市浪漫氛围,打造潮流聚集地。

东太湖度假区文体旅游局副局长石峰表示:接下来,东太湖度假区将通过打造更多新场景、新业态、新环境,来促进文旅消费的提质扩容。一是丰富旅游度假产品。度假区将紧跟“Z 世代”文旅消费大势,构建潮流新场景。加大引进旅游民宿、休闲露营、房车营地,突破空间边界,创新推出东太湖“艺术之链”“古镇之链”“乡村之链”潮流线路,不断拓宽度假产品的广度和深度,实现从风景度假

标,开展非遗集市、江南小剧场等活动,丰富“非遗+”特色体验项目。三是提升品牌效应。通过举办长三角生态绿色一体化旅游度假高质量发展大会、长三角帆船运动季、东太湖金秋诗词月等,营造旅游度假氛围,推进旅游度假高质量发展,为争创国家级旅游度假区集聚更高显示度。

