

一季度赢得705.3万人次的游客量、73.99亿元的旅游总收入,增速均领跑全市

南海文旅何以激活新质生产力?



全区接待国内外游客705.3万人次,同比增长12.64%;实现旅游总收入73.99亿元,同比增长25%……这是2025年第一季度南海交出的文旅“成绩单”。

西樵山、广东千古情等景区游人如织,乡村游、研学游等热度持续高涨,贤鲁岛之夜、龙舟超级联赛、佛山草莓音乐节等火爆出圈……从传统旅游点到“文旅+”,南海正以“节庆赛事化、赛事场景化、场景消费化”的创新路径,不断释放文旅新质生产力潜能,文旅市场从一域火热到全域精彩。

值得追问的是,在全国各地不断升级传统旅游业态、创新产品服务方式,持续释放旅游产业链乘数效应,为经济高质量发展蓄势助力的背景之下,作为千年古郡,南海如何以文化基因激活全域文旅消费场景?

多元活动激活文旅新势能

2025年第一季度,南海的文旅市场以“热辣滚烫”的方式拉开了序幕——1至3月,全区接待国内外游客705.3万人次,同比增长12.64%;实现旅游总收入73.99亿元,同比增长25%。

南海文旅何以如此火爆?答案是一——以“文化+节庆+赛事”的组合拳,打造了全域文旅消费场景,将城市与乡村变成了永不落幕的舞台。

火爆的密码不在“造景”,而在“借力”。今年元旦,“中国体育彩票”全国新年登高健身大会(广东)主会场登山活动吸引超2万群众齐聚西樵山,他们在山水之间登高赏花,同时尽赏第二届广东南海大地艺术节的艺术项目;

2月22日,在“天下之西樵”西樵山文化品牌发布会暨西樵山文化讲坛(第二讲)上,南海发布了《佛山市南海区西樵山文化品牌建设方案》,致力构建“五个一”的西樵山文化品牌体系,让世界看见南海人文经济的全新表达。

更精妙的是对传统节庆的“解构式演绎”。2月11日,正月十四,九龙欢乐PARK开园,大沥“新春六大盛景”之一、珠三角规模最盛大的醒狮盛会之一——大沥醒狮盛会同时登场。新春的阳光下,醒狮、鼓阵、粤曲、街舞等传统和潮流文化融于一体,与崭新建成的公园相映生辉;

农历二月二,龙抬头。当天,全国龙舟大联动佛山F3龙舟超级联赛在九江开锣,活动将南海区火爆的龙舟超级联赛焕新升级,打造为佛山全域的F3龙舟超级联赛。

最具创新性的是“乡村+文旅”的价值重构。2024年12月28日,里水镇贤鲁岛上灯火辉煌,人声鼎沸,一场别开生面的焰火晚会——“2025南海区千万福星过大年暨贤鲁岛之夜”盛大启幕。高空烟花秀与无人机表演完美结合,辅以精彩的舞蹈和歌曲表演,为全球观众呈现了一场持续近100分钟的沉浸式视觉盛宴,也激活了“乡村+文旅”的新动能。

一系列精彩的活动,让南海成为了大湾区最热门旅游目的地。据统计,央媒关于南海

的报道约354篇。其中,央视31次关注,总时长约103分钟,南海醒狮登上CCTV-1《新闻联播》;人民日报43次关注,《传扎作技艺 显南狮神韵》《乡村来了职业经理人》等聚焦南海南狮文化、乡村职业经理人;新华社29次关注,重点聚焦官窑生菜会、二月二龙抬头等南海民俗盛事。南海获中央高端媒体高频聚焦,城市形象传播力持续扩大,人文经济影响力再创新高。

透过第一季度文旅成绩单,我们发现,南海通过节庆的创新化表达、赛事的年轻化嫁接,将在地文化转化为可感知、可参与的文旅场景,通过体系化的活动矩阵搭建,形成了独特的“文旅引力场”。



▲大沥九龍欢乐PARK春节假期单日客流超2万人次。(资料图片)

南海文旅首季亮点

●全区接待国内外游客**705.3**万人次,同比增长**12.64%**

●全区实现旅游总收入**73.99**亿元,同比增长**25%**

●高品质文旅产品消费占比提升至**40%**,客单价同比增长**22%**

●2025年全国新年登高健身大会(广东)主会场登山活动在西樵山举行,为南海引来超**2**万名市民游客。

●2025年佛山草莓音乐节吸引**6**万乐迷,直接创收**2.1**亿元,周边酒店入住率飙升至**90%**以上,商圈营业额同比增长**35%**。

●2025年全国龙舟大联动佛山F3龙舟超级联赛在九江启动,单日吸引游客超**5**万人次,带动周边餐饮、住宿消费环比增长**40%**,龙舟文创产品销售额突破**800**万元。

●九龍欢乐PARK在大沥投运,春节假期单日客流超**2**万人次。



▲2025年全国龙舟大联动佛山F3龙舟超级联赛在九江启动,单日吸引游客超5万人次。(资料图片)



▲广东千古情景区不断创新方式吸引游客前来。(资料图片)



▲2025年佛山草莓音乐节吸引6万乐迷涌入南海。(主办方供图)

文旅“流量”加速转化为经济“增量”

南海文旅的“开门红”,不仅体现在游客数量的增长上,更在于文旅“流量”正高效转化为实实在在的经济“增量”。

通过高频次、高品质的大型活动,持续锁定消费动能,这是南海掌握的“流量密码”。佛山草莓音乐节的余温尚未散去,千灯湖音乐秀场的演出计划已排至年底。2025年佛山草莓音乐节吸引6万乐迷涌入南海,直接创收2.1亿元,周边酒店入住率飙升至90%以上,商圈营业额同比增长35%。

另一边,2025年全国龙舟大联动启动仪式在九江举行,单日吸引游客超5万人次,带动周边餐饮、住宿消费环比增长40%,龙舟文创产品销售额突破800万元。这种“活动+消费”的模式,不仅让游客留下来,更让他们愿意花钱。

消费升级趋势,也正推动南海文旅从“量”的增长转向“质”的提升。

非遗研学工坊里,孩子们体

验制作香云纱;大地艺术节的装置前,年轻人排队打卡;太史家宴一桌难求,高端餐饮成为文旅新亮点……如今,市民游客不再满足于走马观花,而是追求深度体验。

据统计,第一季度南海高品质文旅产品消费占比提升至40%,客单价同比增长22%。西樵山文化讲坛的举办,进一步强化了文旅的知识属性,让游客“既玩得开心,又学得深入”。

南海的实践证明,文旅是实打实的“经济引擎”。第一季度的成绩单,清晰展现了文旅对经济的拉动作用。705.3万人次的游客量、73.99亿元的旅游总收入,增速均领跑全市。佛罗伦萨小镇单日销售额突破500万元,九龍欢乐PARK春节假期单日客流超2万人次,酒店入住率长期维持在80%以上。

从大型活动引爆消费热潮,到文旅消费结构持续升级,再到全域联动的产业融合效应,南海正以创新模式推动文旅经济高质量发展。

“开门红”期待转化为“全年红”

南海文旅的“开门红”并非偶然,而是系统性布局的成果。以文化为纽带,串联城市活力、产业升级与民生幸福,这是南海文旅的“爆红密码”。

以“城市IP+超级项目”双轮驱动,打造持久吸引力。南海深知,单靠短期活动难以维持热度,必须打造具有持久吸引力的城市IP。千灯湖音乐秀场的常态化演出,让夜经济成为南海新名片;小塘国际艺术墟的建设,则瞄准了艺术消费的长期潜力。

以“资源整合+产业联动”为抓手,激发区域活力。狮山镇引入“村超”赛事作为大湾区唯一主会场,不仅带动了体育消费,还促进了非遗文化与足球产业的融合,为区域发展注入新活力。

以“人文经济引领区”为目标,推动城市高质量发展。2025年1月1日,全国新年登高健身大会(广东)主会场登山活动在西樵山举办,带动了周边民宿集群发展,促进了文创产业孵化;同月,“佛乐时”CBD公园商业项目在桂城启

动,将文化、旅游、商业与生态体验深度融合,预计2026年投用后成为大湾区粤潮文化新地标。

“开门红”有了,能转化为“全年红”吗?

南海的答案是肯定的!从总量看当下,从趋势看未来,南海文旅发展势头强劲,新的增长点正不断涌现。

3月27日,2025年南海区四大主题文旅促消费活动暨“跟着演出游南海”启动仪式举行,南海创新推出“跟着演出游南海”“跟着赛事游南海”“跟着龙舟游南海”“跟着美食游南海”四大主题文旅促消费活动,全年将举办超2000场次文旅活动。南海正以“人文经济”为笔,绘就“月月有精彩、季季有爆点”的文旅新图景,让城市魅力持续绽放。

站在新消费浪潮的潮头,南海以文化基因解码消费升级方程式,通过场景创新重构文旅产业价值坐标系。当传统文旅仍在追逐流量红利时,南海这片岭南热土,正在用实践重塑城市与文化的共生逻辑。