

“露营+”引爆五一 人文大沥“旅”屡出圈

大沥首届城市露营文化节吸引市民游客超8万人次

5月1日，作为“2025玩转南海六十天”的重要组成部分，2025大沥镇首届CITY CAMPING城市露营文化节在镇内多个公园、营地联动举办，每个场域均人气满满。“五一”期间吸引市民游客超8万人次，拉动餐饮娱乐住宿消费超500万元。

这场以“露营+”为核心的城市文旅活动，不仅标志着大沥镇文旅融合进入新阶段，更折射出这座传统产业重镇向人文经济高地跃升的深层逻辑。透过露营帐篷的帘幕，一个以文化赋能城市、以创新激活资源的“大沥模式”正清晰浮现。



■“五一”假期，不少市民和游客选择在大沥露营休闲。

产业焕新

商贸重镇精心打造“人文磁场”

据统计，今年“五一”期间，TIC艺术营地人流量约1万人次，营业额达200万元，同比增长200%；九龙欢乐PARK(含北岸音乐会)超6万人次，其中假期第一天人流高达2万人次；灯湖PARK、颜夕营地、黎明城市、南海星空PARK等也同样每天座无虚席。

在大沥镇的转型蓝图中，文旅产业早已突破传统边界，成为重构城市竞争力的关键支点。通过引进文化创意、文旅开发企业，大沥在今年初就推动11个文旅项目集中落地，形成涵盖艺术地标、消费场景、品牌活动的多维矩阵。

在灯湖中轴建设上，大沥拥抱千灯湖城市中轴北延过河的机遇，积极推动千灯湖中轴文旅商贸集聚区发展，极大地撬动了全镇的整体发展。目前，灯湖中轴大沥段沿线已形成“艺术+商业+生态”的标杆集群。南海艺术中心、保利天瓚·全景艺术示范区、TIC艺术中心等文化地标拔地而起；九龙欢乐PARK、鹿尔花园大湾区首店、灯湖PARK、佛山不夜岛

等消费项目接连落地，将共同构建起“日游艺术、夜享经济”的全时段体验。

大沥正将工业时代的硬核实力转化为人文经济的软性支撑。鹿尔花园大湾区首店的落地便是例证——这个以“花与鹿”为主题的微度假目的地，通过亲子游乐、露营休闲等业态，预计年接待25万至30万人次，将工业园区周边的“沉默空间”转化为高频消费场景。

大沥的文旅创新经验，印证了一个深刻的命题：在城市化进入存量竞争阶段，唯有以文化重构空间价值、以协同打破区域壁垒、以创新激活产业生态，才能实现从“地理中心”到“价值中心”的跃升。

未来，大沥将以灯湖中轴北延段为核心，深化产城融合。通过培育“主理人经济”“甜蜜经济”“美丽经济”等新业态，这座城市正从单一的产业集群向复合型人文磁场蜕变——大沥不仅要把自己变得更宜业，还要更宜居、更宜玩，成为湾区青年的“理想生活实验场”。

场景创新

微度假撬动消费经济新杠杆

城市露营文化节的火爆，印证了大沥“微文旅”模式的精准发力。活动期间，TIC时代创客小镇与九龙欢乐Park成为沉浸式体验场域：灯湖中轴音乐季北岸音乐会成为“城市青年情绪疗愈站”，氢能两轮车等科技产品与美食市集交织成“露营+”生态链。

一组数据能证明这种“火爆”：“五一”期间，全镇大型商业体客流量约120万人次，同比增长11.7%，销售额约0.6亿元，同比增长5%；全镇在售楼盘共认购60套房产，总认购额超4亿元，其中在露营文化节主会场的“时代全球创客小镇”单日吸引来访客人上百组，总认购额约1亿元。

这种“以节兴市”的打法，本质是构建“全天候、全场景”的人文消费矩阵，其背

后是模式的革新。

大沥镇打造的“三周”微文旅新模式——聚焦周围群众、周末消费、周边产品，精准切中都市人群的短途度假需求。房企借势推出购房优惠，车企将露营场景融入产品展示，青年主理人小店通过市集经济获得流量入口，连氢能产业也找到应用场景。这种“文旅搭台、经济唱戏、活力无限”的跨界融合，让流量转化为实实在在的消费增量。

更值得期待的是城市品质的持续升级。根据规划，大沥将沿滨水空间打造更多“可露营、可消费、可打卡”的公园绿地，加速推进鹿尔花园、佛山不夜岛、灯湖PARK等标杆项目。当“近享诗意生活”成为市民的日常，大沥的人文经济生态将完成从“活动驱动”到“场景驱动”的质变。



■北岸音乐会成为“城市青年情绪疗愈站”。

文/佛山市新闻传媒中心记者 李翠贞 通讯员 李翠珊 梁鸿兴
图片由通讯员提供

“学习强国”推广活动走进桂城棉二水塔街龙舟市集

市集里上演PK赛 浓厚氛围激发学习热情

珠江时报讯 记者柯凌娜 陈静雅摄影报道 “宁可煲烂，不可扒慢！”五一假期，南海区各镇街龙舟赛陆续开锣。5月2日，在距离桂城叠滘水道3分钟步行距离的棉二水塔街龙舟市集，“学习强国”南海融媒号开展了一场别开生面的“学习强国”推广活动，通过现场“对战”PK赛激发学习热情，吸引市民游客积极参与。此次推广活动，不仅为市民带来了独特的节日体验，也为“学习强国”的推广注入了新活力，营造全民学习的浓厚氛围。

走进棉二水塔街龙舟市集，“学习强国”元素引人注目。在“学习强国”南海融媒号宣传摊位前，工作人员正热情地组织市民参加“双人对战”学习PK赛。参赛者登录“学习强国”APP，选择“双人对战”答题模式，即可现场随机组队，两两PK，一场知识积累与脑力、手速的较量由此展开。

现场，参赛者们全神贯注，紧盯手机屏幕，快速思考、果断答题，气氛紧张而热烈。每一轮对战结束，无论胜负，大家都收获了满满的知识和乐趣。获胜者更是喜笑颜开，他们可以获得由“学习强国”佛山学习平台精心准备的



文创产品，包括设计精美的冰箱贴、实用的钥匙扣、时尚的帆布袋及别致的鼠标垫。这些文创品不仅具有纪念意义，更是对参与者积极学习的一种肯定。

“我对历史相关的知识比较感兴趣，这种答题推广活动很适合年轻人，在答题过程中把很多知识都复习了一遍，很有趣。”市民伍国良在PK赛中赢下一枚冰箱贴。

“以前都是线上PK答题，第一次在线下和别人一起对战答

题，很有挑战性。”市民张忠泽说，“学习强国”是个很好的学习平台，自己也经常使用，“一边推广一边答题学习，很有意义，这能让学习变得更有意思，希望以后能多举办这样的活动。”活动结束后，大家一起合影留念，记录下这一充满意义的时刻。

“学习强国”南海融媒号自上线以来，一直致力于全方位、多角度反映现代化活力新南海建设的生动实践，已成为南海区党员干部群众学习理

论、知晓政策、了解时事、获取知识的重要平台。

此次在叠滘棉二水塔龙舟市集举办的线下推广活动，旨在借助龙舟市集的高人气，通过趣味十足的双人对战形式，让市民朋友在轻松愉快的氛围中体验“学习强国”APP丰富的知识内容和强大的学习功能，激发大家的学习热情，进一步扩大“学习强国”学习平台的影响力和覆盖面，让更多市民了解并使用“学习强国”学习平台。

■工作人员向市民宣传“学习强国”APP。

足球赛事“踢”热西樵五一文旅市场

珠江时报讯 记者黄金全报道 5月2日至5日，环两江先行区西樵足球嘉年华——2025·五一“竞动杯”全国青少年足球挑战赛在西樵镇火热开赛，吸引来自香港、福建、广西等地的120多支球队、1200多名队员参赛。赛事不仅为青少年提供了竞技舞台，更带动了当地文旅消费，不少家庭“跟着赛事去旅行”，在绿茵场外畅游西樵山、打卡广东千古情景区，体验“体育+文旅”的独特魅力。

“这是竞动杯连续第三年在西樵举办，参赛队伍比去年增加了20%。”赛事主办方介绍，本届赛事覆盖U7至U13年龄段，420多场激烈对决在西樵镇崇北体育公园、活力足球场、北江体育公园等场地同步展开。据统计，赛事吸引了2500多名家长随行，带动了西樵镇内酒店入住需求，周边餐饮、景区客流显著增长。

“孩子比赛，我们全家就当来旅游了！”来自深圳的家长李敬笑着说。“早就听说西樵山是南粤名山，特意提前一天到，带孩子坐了缆车、玩了飞越丛林，还尝了西樵大饼。”李敬一家还在赛事间隙还观看了广东千古情演出。

来自江西赣州的家长李芝对西樵也赞不绝口：“我们去了听音

湖散步，晚上烟花表演特别美，也在西樵岭南美食周品尝了各地美食。”她算了一笔账：四天行程中，除了孩子足球比赛，空余时间全家游览加餐饮消费约2000元，“比纯旅游更充实，孩子交到了各地球友，我们也和不少家长约好明年再来。”

目前，西樵镇正以“镇内品牌+引入赛事”为双引擎，打造系列品牌赛事。其中包括西樵镇大桐堡联盟杯足球赛、西樵镇民乐片足球联赛、西樵足球超级联赛、西樵青少年足球锦标赛、西樵镇村居足球锦标赛等镇域品牌赛事，以及“铭途杯”青少年足球精英国际邀请赛、“竞动杯”全国青少年足球挑战赛。

通过持续举办品牌赛事，西樵成功将“足球IP”转化为“旅游吸引力”，实现了“一场赛事带动一座城”的效应。

“足球赛事带来的不只是比赛，更是人流和消费。”西樵镇文体旅游服务中心主任熊境华表示，未来西樵将继续深化“跟着赛事去旅行”模式，同时完善“赛事+旅游”服务链条，让参赛者“来得方便、住得舒适、玩得尽兴”，让更多体育赛事成为文旅引流的新引擎，真正实现“体育搭台、文旅唱戏”的融合发展新格局。