

“五一”假期特色活动有序开展

全市消费市场“热”力十足

盐城晚报讯 “五一”假期,盐城紧扣“515盐城消费季”主题,政企协同发力,统筹开展特色促消费活动超200场次,发放政府消费券500万元,全面启动有奖发票活动。据监测和初步统计,假期前三天,全市55家重点商贸流通企业实现销售额2.46亿元,同比增长8.3%,消费市场活力涌动。

500万元消费券精准撬动,有奖发票同步发力。4月25日,第六届“515盐城消费季”正式启动,五条硬核措施覆盖“衣食住行玩”各大场景。首期“活力苏超·乐购盐城”消费券500万元,4月30日起全面核销,商户让利、金融优惠叠加政府补贴,拉动一波客流与消费小高峰。5月1日,有奖发票活动接续开展,鼓励市

民主索取发票,即开即奖、定期开奖,“消费有优惠、开票有惊喜”的氛围在街头巷尾传递。

首店扎堆亮相,各大商圈接力引流。首店效应在这个假期格外抢眼。5月1日,亭湖新辰里购物中心正式开业,150多家品牌店中,城市及区域首店30余家,商场内外人潮涌动。盒马鲜生盐城首店开业便迎来消费高峰,日均营业额达200万元。盐城金鹰国际购物中心引入9家盐城首店,潮流服饰、特色餐饮、美妆护肤等多元业态吸引众多市民驻足。茶颜悦色双店同步开业,开业当天销量便突破1800单。各大商圈同步推出抽奖、主题市集和文艺展演等活动,客流与销售双双走高。

55个“苏超”第二现场”同步就位,万人观赛人气旺。5月2日,“苏超”联赛火热进行,盐城队客场迎战镇江队。全市同步打造55个以上“第二现场”观赛矩阵,在盐镇水街、欧风花街、竹林大饭店、宝龙广场等核心点位,高清大屏与专业音响就位,实现“全城同屏、万人观赛”,热门点位观赛席位早早爆满。各点位美食市集、互动抽奖、文艺表演紧跟,市民一站式体验“观赛+餐饮+零售+演艺”。建湖九龙口淮剧小镇里,球迷们围坐一起吃烧烤、看球赛,烟火气十足。据统计,全市“第二现场”累计观赛人数超过2.3万人。

景区夜游持续升温,餐饮住宿热气腾腾。假日里各大景区深挖特色,

新场景接连登场。大纵湖旅游度假区开启不夜城模式,湖畔摇滚派对持续火爆;荷兰花海“爱上夜花海”电音搏击、火影舞轮番上演,夜间人流如潮;黄海森林公园推出林间骑行、烧烤露营、乐队驻唱,让游客“尽兴而留”。餐饮市场人气旺盛,建湖九龙口“百县千味”虾神争霸赛火热开赛,全省20多位乡厨同台竞技。盐城八大碗各门店迎来消费高峰,营业额同比增长20%以上,外地游客占比接近三成。出游热拉动住宿业持续走高,大洋湾希尔顿逸林酒店推出特色套餐,入住率创下同期新高。全市重点监测的12家住宿企业,假期前三天入住率超过85%,营业额同比增长10.1%。

记者 徐敏

“看苏超·嗨周末”

盐城以球聚势点燃“五一”微度假热潮

□记者 邱晓慧

5月2日晚,2026江苏省城市足球联赛常规赛(“苏超”)第四周激战正酣,虽然盐城队远在镇江比赛,但家乡球迷的热情早已在全城的“第二现场”被点燃,一场全民隔空观赛的足球狂欢在盐城大街小巷次第上演,将“文旅体商”融合发展的活力画卷铺展在“五一”小长假的夜色之中。

“第二现场”多点开花
全城燃动隔空助威

虽然当晚天公不作美,飘起了细雨,但这丝毫没影响球迷们的热情。“第二现场”依旧人气满满,看球的呐喊声与助威声反而更加响亮。新弄里南广场巨幕大屏点亮,专业音响传出赛场音效,让球迷对每一次进攻都有身临其境之感。烧烤烟火里,人们举杯共庆,呐喊声与欢笑声交织成假日里最动听的交响曲。“孩子特别喜欢足球,趁着假期带他来感受一下。

新弄里观赛氛围一直很好,有吃有玩还能看球。”市民张伟说道。

欧风花街圣马可广场同样人潮涌动。高清大屏实时直播赛事,碰杯声与助威声此起彼伏。球迷蔡欣难掩兴奋:“在欧风花街看球,有比赛、有美食还有音乐,这种‘足球+夜生活’的模式,让我们球迷过足了瘾!”

D·A艺术街区下沉广场,数百名球迷屏前齐聚,艺术气息与足球激情碰撞出别样火花。今年各大“第二现场”还引入了主场同款机器人,以科技温度陪伴球迷共同见证绿茵狂欢。这些“第二现场”,早已不只是观赛的屏幕,更是“体育引流+文旅场景+商业消费”的融合新载体,实现了“看一场球,逛一座城,品一份烟火”的一站式体验。

多元场景深度融合
赛事热度引爆消费热潮

在盐都区盐龙体育公园,高清观

赛大屏双屏联动,前排VIP区视野绝佳,后方免费观赛区座无虚席。烧烤、小龙虾等特色美食摊位香气四溢,不少家庭全家出动。“点了198元的美食套餐,就可以使用整个露营天幕,性价比很高。我们下午4点多钟就来,才找到好位置。”球迷邵进告诉记者。

东方汽车文化广场26亩开阔草坪上,大屏幕前座无虚席,露营天幕下围坐着一桌桌观赛家庭。盐城小院鲜肉烧烤等地方风味小吃悉数亮相,美食市集的香气与助威声交织,勾勒出烟火气浓郁的城市画卷。观赛热潮带动餐饮、住宿等业态全面升温,周边商户营业额显著增长,“观赛套餐”深受球迷欢迎。

“看苏超·嗨周末”
微度假IP点燃假日热情

观赛热潮的背后,是盐城以“赛事+”为引擎,精心打造的“看苏超·嗨周末”微度假品牌IP。2026丹顶鹤黄

海湿地旅游节期间,盐城整合湿地生态、城市文化、体育赛事等资源,推出“看苏超·嗨周末”微度假品牌,球迷凭赛事票根可享63家景区免费及住宿出行优惠。赛事门票变身景区的“通行证”,观赛与“世界自然遗产”探索真正实现了无缝衔接。

与此同时,盐城都市集团立足“赛事+”理念,将奥体中心主场与旗下文旅载体新弄里、欧风花街等“第二现场”深度联动,打造“观赛+餐饮+零售+休闲”一站式沉浸体验,让赛事热度转化为城市活力,深化“球赛+文旅+商业”融合模式,让更多人感受盐城的热情与魅力。据统计,“苏超”每1元门票收入平均带动7.3元周边消费,赛事正成为撬动城市消费的新引擎。

这个“五一”假期,盐城以足球为纽带,让“看苏超·嗨周末”从一句口号变成了实实在在的城市生活方式,让每一位市民和游客,都在绿茵激情与市井烟火中,读懂了盐城的活力与温度。

