

東莞音樂節聚8萬樂迷 吸金2.8億

帶旺餐飲酒店商超 「五一」文旅消費雙贏

「五一」期間，灣區內地演藝市場活力四射，各地通過「音樂+藝術」融合賦能，探索「文旅+消費」雙贏的全新路徑，為地方經濟注入新動能。在東莞虎門公園火熱開麥的2025東莞超級草莓音樂節，三天共吸引來自全國各地約8萬樂迷入場觀看。音樂節以「粵語專場」引發大灣區文化認同，以潮玩IP展示、當地美食市集等沉浸式場景，將嶺南煙火氣注入潮流基因。這場視聽盛宴不僅創下2.8億元（人民幣，下同）的文旅消費增量，還打通餐飲、酒店、商超、交通全鏈條，成為東莞從「製造之城」向「青春樂土」華麗轉身的鮮活註腳。

大公報記者 胡若璋東莞報道



▲多元文旅成為東莞超級草莓音樂節的特色。圖為遊客在咖啡、燒鵝等特色攤位前排隊。受訪者供圖



▲2025東莞超級草莓音樂節三天共吸引來自全國各地約8萬樂迷入場觀看，這場視聽盛宴創下2.8億元的文旅消費增量。受訪者供圖

商圈酒店促銷 拉動消費增長近35%

「我們從深圳來，音樂節氛圍很好，熱火朝天！」5月2日-4日，2025東莞超級草莓音樂節在虎門公園熱烈開唱。陽光、草地、音樂熱浪與青春氣息交織，為「五一」假期注入歡樂與熾熱激情。

此次是東莞與北京兩座城市首次同時舉辦超級草莓音樂節，也是五一假期唯一一場南北雙城同期舉辦的音樂節。音樂節以多舞台、重內容、重體驗為特色，3天時間共54組藝人參演，既有I Don't Like Mondays、威神V等國際知名音樂組合，帶來國際化的音樂潮流；也有楊千嬅、周柏豪、陳柏宇、AGA江海迦等大灣區實力音樂人，用粵語金曲傳遞大灣區音樂魅力；還有周傳雄、趙雷、郭頂等備受歡迎的實力唱作人，以經典作品引發全場共鳴。多元的音樂風格，搖滾、流行、民謠、電子等交相輝映，樂迷在音樂旋律中感受潮流東莞的青春活力。

據初步估算，音樂節三天共有約8萬名樂迷入場觀看，其中八成來自東莞市外，拉動當地文旅、餐飲、住宿、交通、商超等相關行業消費約2.8億元。東莞虎門鎮結合超級草莓音樂節，在虎門公園、虎門高鐵路、虎門鎮內各大商圈開展「Hi，虎門 灣區Go購鉤」商貿文旅促消費活動，拉動社會消費同比去年五一假期增加近35%。

虎門美思威爾頓酒店負責人介紹，音樂節期間酒店預訂量顯著增長，客房入住率環比平時、同比去年五一假期增長七成左右。東莞豪門大飯店相關負責人表示，結合草莓音樂節和「Hi，虎門 灣區Go購鉤」活動，酒店推出了餐飲和客房限時優惠活動，入住率比平時提升了約40%。

推180多項活動 遊客漫遊東莞

「五一」假期疊加超級草莓音樂節，持續點燃多元文旅體驗熱情，「五一進莞看草莓音樂節吃燒鵝」等話題連續登上內地社交媒體熱搜榜，「喝早茶，吃燒鵝」成為不少市民遊客的假日

首選。當地酒樓早茶生意火爆，營業額比平時大幅增加。有遊客表示，對東莞燒鵝慕名已久，這次趁着五一長假，帶家人來聽音樂節，順便遊玩東莞和品嚐燒鵝等美食。

記者了解到，「五一」假期前後，東莞以「潮流東莞·五一進莞來」為主題，圍繞「跟着音樂遊東莞」「跟着演出遊東莞」「跟着書香遊東莞」「跟着非遗遊東莞」「跟着展覽遊東莞」「跟着賽事遊東莞」「跟着購物遊東莞」等七大板塊共推出180多項精品文旅體活動，為市民遊客提供了一份可玩、可賞、可吃的漫遊攻略。

服務貼心 樂迷盡興

「接駁車服務很暖心，無縫轉場很省心。」從深圳來的樂迷告訴記者，從虎門高鐵路下車就順利坐上接駁車直達音樂節現場，很方便。除了暖心接站，為了讓廣大樂迷「五一」來東莞有好的體驗，東莞還推出系列貼心服務花式「寵粉」，在虎門高鐵路、草莓音樂節現場等設立福利站，免費派送「灣區周末IN東莞顯眼包」、花花涼扇、燒鵝攻略、「風雲莞邑之旅」線路摺頁，以實際行動「實力寵粉」，讓樂迷和遊客感受東莞的熱情。為了能讓樂迷跟着演出遊東莞，東莞文旅還聯動交通、商務等部門，推出一系列配套服務措施，比如在全市推出1.7萬個免費停車位等，力求以更親和、更開放的姿態歡迎遊客朋友，向外界展示年輕、活力、友善、溫暖的東莞形象。

灣區群星拱照 「十五運」元素滿載

熱烈邀請

本次東莞超級草莓音樂節的一大特別之處，在於專門針對大灣區樂迷推出音樂節重頭戲「粵語專場」。當周柏豪的《鐘鐘》等歌曲響起，「港樂」將音樂節推向高潮；陳柏宇、洪卓立、農夫、泳兒分別帶來《你瞞我瞞》《彌敦道》等經典金曲，掀起陣陣共鳴；曾比特《夢中人》等熱門歌曲接連引爆現場。

第一次在東莞演出的楊千嬅帶來《處處吻》、《野孩子》等經典金曲，將現場氣氛推向最高潮。她說，「我的媽媽是東莞人，希望將來有機會再來東莞巡演。」「聽到千嬅的現場，眼淚差點掉下來！她的歌陪伴我度過青春，今天終於圓夢了！」來自廣州的歌迷林小姐激動地說。

第十五屆全國運動會（以下簡稱「十五運」）

期間，東莞將承辦男子籃球成年組以及舉重比賽。粵語專場當天，大灣區歌手還一起為「十五運」打call，誠邀大家今秋來粵港澳相約「十五運」。周柏豪說，籃球和音樂是他從小就喜歡的項目，希望大家能夠在「十五運」來到東莞看籃球比賽，品嚐美味的東莞燒鵝。曾在東莞籃球中心觀看CBA聯賽的農夫，分享了他們對東莞籃球氛圍的深刻印象，希望親臨「十五運」籃球比賽現場觀賽。

音樂節現場也是「十五運」元素滿載，吉祥物「喜洋洋」「樂融融」登上星球舞台跳舞，與歌迷親密互動；「十五運」和殘特奧會官方特許商品零售店人頭攢動，樂迷爭相打卡投籃活動，提前感受「十五運」氛圍。音樂與體育的激情碰撞，讓「激情全運會 活力大灣區」的盛景在此刻完美呈現。

大公報記者胡若璋

廣東旅遊熱力十足

旅遊人次和收入

●據初步測算，「五一」假期五天（5月1日至5月5日），廣東接待遊客4608.2萬人次，同比增長18.7%；實現旅遊收入295億元，同比增長20.3%。

旅遊花費

●「五一」假期期間，全省遊客人均花費640.1元，同比增長1.3%。其中，一日遊人均花費392.3元，過夜遊人均花費1243.8元，過夜遊比例為29.1%。

旅遊新趨勢

●熱門景點「集中」攬勝、名勝古蹟「打卡」尋幽、民俗文化「體驗」探趣、特色美食「邂逅」尋鮮。

熱門活動

- 佛山：「跟着龍舟去旅行」文旅消費促進活動
- 江門：「發現碉樓之美」33座碉樓打卡活動
- 潮州：「千年城韻·潮玩五一」主題活動
- 東莞：2025東莞超級草莓音樂節
- 中山：「魅力隆都，紅博之夜」金色大地音樂會

資料來源：南方網



▲音樂節現場「十五運」元素滿滿，很多樂迷與「十五運」吉祥物親密互動。受訪者供圖

潮玩人氣旺 「莞小鵝」搶手

潮玩之都

作為「灣區周末IN東莞」的重磅之作，音樂節周邊的文化體驗區處處彰顯潮流東莞城市文化特色。在地文化展示區，「中國潮玩之都·東莞」板塊超人氣IP「莞小鵝2.0」全新升級，化身愛聽音樂、打籃球、喝咖啡的「潮酷燒鵝」。一旁的「小方磚」「花苞」「虎威威」等IP裝置同樣吸睛。本土潮玩品牌更是集體發力：狼博旺的哪吒、敖丙，食夢獠的軟萌玩偶，漫博潮玩的精緻手辦……每件作品都鑄刻着鮮明的「東莞基因」。在「清風徐來 我們都是好苗子」活動中，林則徐大人以親切的動漫形象，向樂迷娓娓道來虎門銷煙的歷史。

「來到東莞吃什麼？」「燒鵝！燒鵝！」音樂節現場，粉絲給初次來莞的藝人「安利」東莞燒鵝美食是常態，「東莞燒鵝」也成為草莓音樂節現場的一大熱點話題。現場不僅有燒鵝特色美食，燒鵝主題的潮玩周邊同樣吸睛——除了限量款草莓味「莞小鵝」，還有充滿科技感的AI鵝、暗藏驚喜的變色鵝等，不少樂迷們在享受美食的同時，也



▲超人氣IP「莞小鵝2.0」全新升級，受眾多樂迷青睞。受訪者供圖

將這份獨特的東莞記憶帶回家。

據統計，草莓音樂節期間，燒鵝美食以及「燒鵝」為IP打造的潮玩、咖啡、雪糕均創下銷量新高。如主打草莓音樂節限定單品燒鵝咖啡的澤咖烘焙賣出了超千杯咖啡；陳記、新河畔燒鵝檔口共賣出燒鵝近500隻，「莞小鵝」掛件銷量超2000個……陳記燒鵝檔負責人說，「草莓音樂節人氣超足！我們在現場最多一天賣出了近百隻燒鵝，創歷史紀錄！」

大公報記者胡若璋

港珠澳橋單日車流量破2.7萬輛次創新高

【大公報訊】記者方俊明珠海報道：內地「五一」假期收官，珠海邊檢總站港珠澳大橋邊檢站5日公布，5月4日經港珠澳大橋珠澳口岸出入的車輛首次超2.7萬輛次，其中小客車達2.6萬輛次，「港車北上」數量超過1.5萬輛次，三項數據均突破最高歷史紀錄。港澳車輛「北上」以舉家出行居多，旅遊消費區域也從珠三角擴至粵東西北地區。

剛過去的周末與5月5日港澳公眾假期相連，大批港澳居民趁小長假「北上」內地。「高速公路免費，最近雨水較多，自駕通關成為最優選擇。我們直接開車去粵北清遠，到古龍峽、筆架山等景區遊

玩。」香港車主朱先生告訴記者。據粵北古龍峽景區提供數據，假期五天接待遊客13.9萬人次，同比增長183%；其中，港澳及海外遊客接待量顯著提升，佔比達13.8%，較去年同期增長2.5倍。



▲為數不少車主選擇自駕，單日車流量突破1.5萬輛次。圖為港珠澳大橋。受訪者供圖