

內地五一小長假

香港文匯報訊（記者 胡若璋 東莞報道）五一期間，灣區內地演藝市場活力四射，通過「音樂+藝術」的融合賦能，探索實現「文旅+消費」雙贏的全新路徑，為地方經濟注入新動能。5月2日至4日，2025東莞超級草莓音樂節在虎門公園熱烈開唱，三天共吸引來自全國各地約8萬樂迷入場觀看。音樂節突破傳統框架，「粵語專場」加上潮玩IP、本地美食市集，將嶺南煙火氣注入潮流基因。這場視聽盛宴以「音樂引流、產業聯動」模式打通餐飲、酒店、商超、交通全鏈條，帶動相關文旅消費約2.8億元（人民幣，下同），也成為東莞從「製造之城」向「青春樂土」華麗轉身的鮮活註腳。

「我們從深圳來，音樂節氛圍很好，熱火朝天！」在2025東莞超級草莓音樂節上，陽光、草地、音樂熱浪與青春氣息交織。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。

另外，音樂節現場「十五運」元素滿滿，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入頭攞動，「十五運」文創產品讓人目不暇接，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，將音樂節升級為「全民迎全運」的歡樂派對。

拉動消費同比增長近35%

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，拉動東莞文旅、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、虎門鎮內各大商團開展「Hi，虎門 灣區Go購夠」商貿文旅促消費活動，拉動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



●潮玩IP裝置受眾多樂迷青睞。
香港文匯報東莞傳真

莓音樂節和「灣區Go購夠」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%。

系列貼心服務花式「寵粉」

「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美食。

「接駁車服務很暖心，無縫轉場很省心。」從深圳來的樂迷告訴香港文匯報記者，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，為了讓廣大樂迷有更好的體驗，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，東莞全市還推出1.7萬個免費停車位。

「音樂節+文旅」雙重狂歡 「粵語專場+嶺南煙火氣」迸發活力 八萬樂迷齊聚東莞 拉動消費2.8億元



●五一期間，東莞超級草莓音樂節拉動當地相關消費約2.8億元。

香港文匯報東莞傳真

特色「燒鵝」IP 增添城市魅力

特稿

「來到東莞吃什麼？」「燒鵝！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，燒鵝美食以及以「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2,000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！」

●香港文匯報記者 胡若璋 東莞報道



●有遊客表示，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。
香港文匯報東莞傳真

內地超14億人次出行 政策谷旺入境遊

香港文匯報訊 綜合新華社及上海證券報報道，交通運輸部數據顯示，預計5月1日至5日，全社會跨區域人員流動量累計為14.67億人次，日均2.93億人次，同比增長8.0%。商務部商務大數據監測顯示，「五一」假期，全國重點零售和餐飲企業銷售額同比增長6.3%。平台數據顯示，假期期間，遊客貢獻的地方特色菜餐飲堂食訂單量同比增長超105%；多地酒店呈現滿房狀態，美團酒店預訂量創下歷史峰值，酒店住宿消費同比增長14.9%。文旅融合熱力上揚，消費市場活力湧動，電影文博持續火熱……今年「五一」，內地假日經濟繁榮活躍，勾勒出一幅人氣旺、市面暖、活力足的假日圖景。

五天假期，不少遊客選擇長線遊、深度遊。飛豬數據顯示，新疆北屯、西藏昌都、雲南怒江等地旅遊商品預訂量同比增長超100%。與此同時，雨林徒步、沙漠駱駝騎行、星空露營等新玩法備受消費者青睞。

在離境退稅、免簽等政策助力下，「China Travel」魅力持續釋放。攜程數據顯示，「五一」期間入境遊訂單量同比增長130%，文化體驗與多元玩法成為吸引境外遊

客的核心動力。

文旅消費轉向「品質升級」

攜程研究院行業分析師方澤西表示，「五一」數據印證文旅消費正從「規模擴張」轉向「品質升級」，國潮融合、反向旅遊等細分賽道崛起，體現出市場對差異化體驗的強烈需求。

微信團隊5月5日發布「2025五一數據報告」顯示，今年「五一」假期微信支付商業支付交易筆數增長超10%，消費得到進一步提振。根據微信數據，廣州、北京、上海是全國消費熱度前三的城市。前十名的其他城市分別為：成都、重慶、深圳、東莞、蘇州、杭州、佛山。

微信數據顯示，出門旅遊的人更多了。機票、火車票、酒店等消費均有明顯增長。今年4月，用微信支付購買高鐵票的交易金額同比增長10.5%。

除了「逛」，還有「吃」。微信數據顯示，「五一」期間，全國餐飲行業微信交易筆數同比增長12%。



●5月5日，海南海口，旅客在海口美蘭國際機場出行。當日是「五一」假期最後一天，海口美蘭國際機場迎來返程客流高峰。
中新社

內地五一小長假數據盤點

出行熱

- 累計14.67億人次跨區域流動，同比增長8%
- 鐵路客運量超過1億人次，同比增長10.8%
- 公路人員流動量13.45億人次，同比增長7.6%
- 民航客運量1,114.3萬人次，同比增長11.8%

消費旺

- 重點零售和餐飲企業銷售額同比增長6.3%
- 電商平台智能家居產品銷售額同比增長超20%
- 重點監測餐飲企業銷售額同比增長8.7%

文旅火

- 截至5月5日21時，五一檔票房7.43億元人民幣，《水餃皇后》成票房冠軍
- 飛豬平台人均出遊金額大增，入境遊訂單增130%

資料來源：綜合商務部、交通部及平台數據

港人北上微信消費金額同比翻倍

香港文匯報訊 據上海證券報消息，微信團隊5月5日發布「2025五一數據報告」顯示，「五一」小長假外國人來華、港人北上火熱；港人北上到內地消費筆數、金額同比去年假期均實現翻倍。

微信數據顯示，除了北京、上海和粵港澳大灣區城市，天津、杭州、成都、武漢、廈門、重慶、長沙等地也成為香港居民「北上」度假的熱門城市，甚至齊齊哈爾、呼倫貝爾等城市也迎來度假的香港居民。

2023年底，香港的士增設微信支付及WeChat港幣錢包作為支付選項。今年「五

一」假期，內地居民使用微信支付在香港乘坐的士的消費同比增長643%。

「五一」前夕，微信搭車碼小程序全新升級推出「港鐵同行碼」後，一部手機支持最多3人分別掃碼過閘，方便親朋好友共同出行，獲得許多內地遊客歡迎。港鐵「五一」期間微信支付消費筆數同比增長55%。

另外，今年內地居民在境外使用微信支付的交易筆數同比增長37%。同時，外國人來華消費呈現火熱態勢。微信支付外卡數據顯示，今年「五一」前三天，外籍用戶在境內消費筆數、金額同比都增長了近2倍。

港珠澳橋單日車流量創新高

香港文匯報訊（記者 方俊明 珠海報道）「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日經港珠澳大橋珠海口岸出入境的車輛首次超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香港文匯報記者。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。

據港珠澳大橋邊檢站最新統計，5月1日至5月4日，該站共查驗「港車北上」「澳車北上」數量超6.4萬輛次，同比增長約60%。尤其「港車北上」方面，出入境數量日均近1.2萬輛次，成為推動大橋珠海口岸車流增長的主要因素。

舉家出行多 老人小孩多

港珠澳大橋邊檢站負責人表示，5月4日當日，港澳車「北上」保持高位運轉，加上此前入境車輛集中返程港澳地區，大橋珠海口岸出入境雙方向高峰疊加，總體呈現「瞬時車流大、港澳單牌車多、舉家出行多、老人小孩多」的「一大三多」特點。

內地旅客在「五一」假期也掀起「南下」熱潮。「五一」假期前三天經港珠澳大橋出入境的內地旅客超過12.6萬人次，同比增長57%。