

传统民俗与亲子经济交织

烟台端午假期消费火热

YMG全媒体记者
逢苗 摄影报道

今年的端午假期,消费市场迸发出传统民俗与亲子经济交织的全新活力。一方面,主题秀、IP展等成为了这个假期各大商超的主流;另一方面,粽子、香包、玩具等特色商品销量倍增。



上半年最后一个小长假消费火热

作为上半年最后一个小长假,这个假期成为烟台消费市场的又一重要节点。

在莱山永旺超市,醒目的端午主题装饰瞬间将人们带入节日氛围。超市内的端午商品专区琳琅满目。“我们今年粽子备货量充足,确保节日期间不断货。”工作人员介绍,端午假期的销

量很大,粽子价格与去年基本持平,散装粽子每个4元左右,礼盒装根据品牌和规格不同,折扣后价格在50元至300元之间。除了粽子,超市还加大了酒水饮料、生鲜、粮油等商品的备货量,全方位满足了市民节日需求。

记者走访看到,超市内的粽子展销

区,既有经典腊肉粽、豆沙粽等,也有网红品牌的创新口味,如咸蛋黄腊肉粽、藤椒牛肉粽等,口味丰富多样,充分满足市民差异化需求。工作人员介绍,今年的粽子礼盒特别受欢迎,这几天已经销售了200多份。

商家铆足劲开展打折促销活动

烟台不少商业综合体纷纷抓住机会,举办丰富多彩的主题活动,吸引消费者前来“打卡”。

“哇!好勇敢的多萝西!”昨天中午,烟台大悦城一楼正在上演经典儿童剧《多萝西奇遇记》。跌宕起伏的冒险剧情、生动可爱的角色演绎,一场奇妙的魔法之旅吸引了许多小朋友驻足观看。“孩子很喜欢绿野仙踪的故事,儿童剧的演员

表演得非常专业,仿佛童话世界照进现实,孩子看了很兴奋!”市民刘女士说。

记者在大悦城乐高积木店内看到,前来选购商品的市民络绎不绝。“给孩子买了心仪已久的赛车模型,当做节日礼物送给他。”市民王女士说。据店铺工作人员介绍,假期期间店铺客流量增加了约30%,营业额增量显著。

这个假期,各大商超还开展了形式

多样的打折促销活动,提高商场人气。芝罘区吾悦广场推出宇树机器人表演等;振华商厦开展“童趣端午·粽享礼遇”活动;大悦城开展“童心放粽生活节”,5月31日举办萌宠生活节,6月1日至2日开展奶龙巡游;万达广场举办端午寻宝·城市美育、新丝路少儿模特秀等活动……

“吃喝”消费仍是重头戏

除游玩和购物外,端午假期的“吃喝”消费仍是重头戏,假期享受舌尖美食成为许多市民的选择。

昨天傍晚,记者来到振华商厦餐饮区,多家餐厅已现排队场景,部分网红餐厅等位时长超40分钟。“端午节叠加儿

童节,家庭客群成为主流,儿童套餐的销量比往日增加了20%左右。”振华商厦西贝莜面村工作人员介绍。为顺应假期消费趋势,不少餐厅将家庭客群列入主要服务目标。海底捞为小朋友推出“海底小纵队家庭套餐”,吃美食的同时,可

以解锁海底小纵队水杯、帽子、拼图、贴纸等,吸引了很多市民品尝。

专家分析,无论是口味多元、彰显新意与健康的各式粽子,还是节庆元素的餐饮新场景,其背后都是商家找准市场新需求、提供高质量供给的努力。

烟台机场端午假期 运送旅客6.1万人次

本报讯(YMG全媒体记者 唐寿锐 通讯员 王侃 张冰)5月31日至6月2日端午节假日,烟台机场保障航班起降564架次,运送旅客6.1万人次。其中,国际及地区客运航班预计执行32架次,保障出入境旅客约4000人次,与去年同期相比,分别实现了23%和20%的增长。高峰日为6月2日,当日旅客量约2.2万人次,执行航班约190架次。假期期间,烟台机场总体运行情况平稳,旅客出行平安顺畅。

今年端午假期与“六一”国际儿童节重叠,烟台机场客流主要以返乡探亲、家庭出游为主,短程旅途、国内航线受到较多旅客的青睐,热门出行目的地主要集中在上海、成都、西安、武汉、杭州等热点旅游城市,其中广州、哈尔滨、上海、合肥等地客座率超90%。

养马岛音乐节 NFC冰箱贴上市



本报讯(YMG全媒体记者 张孙小娱 摄影报道)近日,养马岛音乐节周边文创产品“NFC唱片流沙冰箱贴”正式面市,手机一碰即可听官方授权的300多首音乐节歌曲。

这款由养马岛音乐节与海岛来信联合设计的文创产品,以其独特的创意设计和科技元素,正在成为连接城市文旅与音乐文化的全新载体。记者体验发现,这款掌心大小的冰箱贴不仅浓缩了烟台的文旅精华,更通过技术创新让城市记忆变得可听、可触、可感。

龙湖樱花、养马岛大桥、音符、日出、沙滩、扇贝、爱心红绿灯等十余个标志性元素被巧妙融合,冰箱贴上每一个细节都诉说着烟台的城市故事。特别值得一提的是,其流沙设计,不仅模拟了养马岛阳光下闪亮的沙滩质感,更通过流动的沙粒赋予静态文创以动态生命力,让城市印象在指尖跃动。产品设计师透露,这种设计灵感来源于养马岛独特的海滨风光,旨在让无法亲临现场的游客也能感受到这座海岛的灵动之美。

据烟台海岛来信文化产业有限公司总经理翟悦江介绍,首批2000枚冰箱贴已通过海岛日记、海岛来信等线下门店及淘宝、小红书等线上渠道发售,定价38元。这种线上线下联动的销售模式,既满足了本地游客的即时消费需求,也为远程乐迷提供了收藏便利,构建起立体的文旅消费场景。

养马岛音乐节NFC唱片流沙冰箱贴的成功开发,折射出当下文旅产业融合发展的新趋势。传统文旅纪念品往往停留在简单的符号复制层面,而这款产品通过“城市IP+音乐文化+科技创新”的三维融合,实现了从“到此一游”到“情感共鸣”的质变。

近6万乐迷里蹦岛过“摇滚”端午

烟台夏日旅游精彩开篇

本报讯(YMG全媒体记者 张洁 通讯员 旅宣)粽叶飘香,龙舟竞渡。昨天,为期3天的端午节假期结束,烟台文旅紧扣“民俗传承·亲子共享·生态休闲”主线,推出百余项特色活动,邀请市民游客共赴“仙境海岸”端午之约。假期期间,传统民俗与现代文旅深度交融,持续释放消费活力,烟台的夏日旅游季迎来精彩开篇。

5月31日、6月1日,2025养马岛音

乐节在牟平区里蹦岛开唱,许巍、万能青年旅店等43组音乐人及芬兰、瑞士、美国等8国顶级乐队齐聚烟台,吸引近6万名观众入场,乐迷与歌手共同开启了一场多元风格打造的跨界音乐盛宴。数据显示,观众中35岁以下青年占比82%,省内客源占67%,省外客源以东三省、河北、河南为主,凸显活动对年轻客群及环渤海区域的辐射力,成为烟台文旅融合与城市形象传播的新标杆。

“烟台苹果很脆、很甜,好吃!”“在海边听音乐太惬意了。”“烟台人很热情,我从郑州过来,收获了很多当地人的帮助。”本次音乐节,好客烟台再度获得来自全国各地乐迷的点赞。烟台市文旅局现场设立“烟台礼物”体验区,提供福山樱桃冷萃咖啡、胶东花饽饽等非遗美食试吃,展示大樱桃3D打印文创、剪纸书签等特色伴手礼,并推出“打卡集章赢采摘券”活动,推动音乐流量向文旅消费转化。