

爱在

潮玩新余

——看七夕文化旅游节
如何带动“大仙女湖”旅游

美丽仙女湖，晚风习习，波光粼粼。岸边，千盏灯笼同时点亮，将七夕老街装扮得如梦似幻。一对对情侣手挽手走在青石板路上，体验投壶乞巧、漆扇制作、荷灯祈福等活动。情歌会舞台中央，情歌美妙，台下观众情意缠绵，如痴如醉。集市区，游客品尝着各类茶品，观摩夏布绣、漆扇等制作……这是8月29日晚，2025新余仙女湖七夕文化旅游节的场景，也是一场持续二十余载的文化盛宴的最新亮相。

新余市仙女湖区持续推进仙女湖七夕文化创新发展，以此带动“大仙女湖”旅游，做大浪漫经济，提振文旅消费，推动文旅与农业、工业、体育、健康等产业深度融合，打造更多沉浸式、互动式、常态化的产品和业态，提振文旅消费，让七夕文化成为助推区域高质量发展的强大引擎，让仙女湖成为令人向往、流连忘返的爱情圣地和旅游目的地。

节庆进阶：从情歌晚会到全域狂欢

自首届举办以来，仙女湖七夕文化旅游节已走过二十多个年头。作为“中国七夕文化发源地”和“七仙女传说之乡”，仙女湖区始终致力于传承与弘扬这一古老节日的文化内涵。

早年的七夕节庆多以情歌会、民俗展演为主。2022年，仙女湖区与央视第五次合作打造“天下有情人”七夕晚会，全网曝光量破38亿，话题阅读量达12.3亿人次。虽然当时仍受经济环境下行影响，但七夕节前，仙女湖景区仍接待游客34万人次。

仙女湖区进一步拓展七夕文化旅游节活动维度。2023年，除了继续与央视合作录制七夕晚会之外，更推出水上情歌会、国风美食周、盲盒派对、卡丁车联赛等多元活动。尤其是水上集体婚礼，成功吸引百余对新人参与，进一步

强化“中国山水婚礼第一品牌”的定位。七夕节期间，仙女湖景区共接待游客29.78万人次。

去年，节庆完成“模式升级”。仙女湖区首次与哔哩哔哩合作，推出“仙侠夜”七夕晚会，将仙侠IP与地方文化深度融合。晚会于七夕节在B站网络平台和江西卫视同步播出，仅B站网络平台在线观看人气峰值就达3096.1万人次，全网曝光量超30亿。活动采取“1+7+10”模式，即一句口号、七大主题夜、十项亮点活动，覆盖5月至10月，实现“月月有活动、周周有亮点”。2024年，仙女湖景区范围进一步扩大，七夕节期间，仙女湖度假区接待游客133.21万人次。

今年的七夕节庆，更是迈向“全域化、沉浸化、产业化”新阶段。以“为爱甄选”消费月、“为爱告白”潮玩周、“为爱心动”浪漫夜三大主题板块串联8月全城活动。不仅延续水上情歌会、集体婚礼、美食市集等经典项目，更推出仙湖狂欢夜、次元幻想夜、微醺告白夜、非遗焕新夜等六大主题夜活动，覆盖傣族泼水、电音派对、国风巡游、非遗体验、交友联谊等多重场景。

今年还首次设立仙女湖婚姻登记中心，于8月29日揭牌，并举办“德润赣鄱 情定七夕”江西省主题活动，77对新人线下参与，700对新人线上联动，打破时空限制，传递文明婚恋新风。

“我们希望通过不断创新，让七夕文化活起来、动起来、年轻起来。”仙女湖区管委会主要负责人表示，“从单一晚会到多元活动，从线下观看到沉浸体验，从景区活动到全域联动，仙女湖七夕文化旅游节正在完成华丽转身。”

联动全域：从一湖浪漫到一城风景

仙女湖七夕文化旅游节不仅是文化盛会，更是旅游引擎。近年来，“大仙女湖”旅游格局逐渐成形，通过景区联动、线路优化、业态互补，带动新余市文旅产业协同发展。

今年，仙女湖区首次实现与新余市渝水区、分宜县的多点联动，开启了区域协同发展新篇章。渝水区良山镇鹤桥村举办“为爱心动·七夕鹊桥会”，以传统民俗展演、美食市集、非遗手工体验为内容，打造沉浸式爱情文化体验。分宜县则依托螺蛳小镇推出“天工巧韵·为爱心动”七夕夜活动，结合夏布绣、嗦螺大赛、婚俗表演，展现工业遗存转型的文化魅力。

为了扩大联动范围和效果，让机制更加成熟，新余市发放200万元七夕文旅消费券，联动超1000家商户，推出“酒+景+餐饮”多元套餐。游客可凭消费券在新余市恒太城、孔目江风情街、仙女湖景区等多地享受优惠，形成全域消费闭环。消费券发放分三批次进行，

从8月1日持续到31日，有效拉长了消费时段。

8月1日，七夕消费月启动仪式在恒太城举行，现场吸引超1500名市民热情参与，以“宝藏市集”为核心，联动千家商户发放消费券，首日核销率突破60%。七仙女NPC快闪等环节引爆线上线下话题，成功拉开“七夕消费月”全民狂欢序幕。活动首日带动恒太城商圈客流环比增长40%。

依托七夕文化内涵，聚焦爱情浪漫元素，旅游线路也迎来系统性升级。新余市整合分宜县麻博物馆、洪阳洞、螺蛳小镇和渝水区良山镇鹤桥村等资源，推出七夕文化体验线、天工开物研学线、浪漫夜游线等精品线路，满足不同游客需求。

区域联动不仅带来了经济效益，更促进了文化交融和资源共享。分宜县的夏布绣非物质文化遗产、渝水区的民俗文化、仙女湖区的爱情传说，通过七夕节庆平台得以充分展示和交流，形成了“各美其美、美美与共”的发展格局。

朱圣辉 谢超 袁永平/文（本版图片由新余市仙女湖风景名胜区宣传部提供）



2024新余仙女湖马拉松



七夕浪漫夜水上情歌会



花车巡游引发市民驻足拍照



七夕消费月的美食市集



浪漫的花车



仙女湖浪漫三岛

业态赋能：从湖区观光到业态共创

七夕文化旅游节，不仅是一场文化盛宴，更是业态创新的催化剂。近年来，仙女湖区持续推动“旅游+”融合发展战略，从湖区观光向湖外体验延伸，从节庆活动向常态化业态转化，形成了多业联动、全域发展的良好局面。

湖区之内，业态日益丰富多元。七夕老街实现常态化运营，设立文创市集、中医药市集、非遗工坊。码头广场精心布置打卡点12处，推出投壶乞巧、漆扇制作、荷灯祈福等体验项目。龙王岛、浪漫三岛等打造“爱在仙女湖，玩在龙王岛”主题线路，结合水上俱乐部、露营基地、婚拍基地，形成浪漫消费场景。

文创产品开发成为业态升级的重要方向。仙女湖区推出系列原创文创产品，包括七夕钥匙扣、情侣鼠标垫、七夕祈福带、冰箱贴、文创折扇等，形成“仙女有礼”产品线。这些文创产品不仅在设计上融入七夕文化元素，在材质和工艺上也注重体现地方特色，如采用夏布材质、竹编工艺等，让游客能够将“仙女湖记忆”带回家。

湖区之外，仙女湖区各乡镇节庆与体育赛事异彩纷呈，形成“一乡一品、一月一节”的发展格局。欧里镇推出“荷花节”与“欧打冰块”互动活动；凤凰湾办事处举办“百草香茗阁”中药茶饮体验；九龙山乡展示特色甜茶；观巢镇组织“十样景”非遗演奏、漆扇制作；钤阳办事处开展“赐良缘”情歌接龙活动。

体育赛事持续升级，成为吸引年轻群体和专业客群的重要抓手。从早期的国际象棋大师赛、卡丁车联赛，到如今的路亚钓鱼比赛、蜜橘文化节、仙女湖马拉松等，赛事内容更加多元、参与范围更广、专业度更高。

消费赋能方面，政府与市场协同发力，形成良性互动机制。8月，仙女湖全域接待游客110万人次。仙女湖度假区接待游客40万人次。仙女湖周边酒店入住率显著提升，树蛙部落入住率达96%，天沐温泉酒店、沁庐度假酒店入住率也大幅提升。

商户参与度空前高涨。新余市1000余家商户参与消费月活动，推出各具特色的七夕主题产品和优惠活动。仙女湖景区内的酒店、民宿推出七夕主题套餐，将住宿、餐饮、体验项目打包，提供一站式浪漫体验。

业态的丰富和创新，不仅提升了游客体验，也带动了当地居民增收致富。许多村民利用自家庭院开办农家乐、民宿，销售农产品和手工艺品，吃上了“旅游饭”。观巢镇的葡萄、欧里镇的荷花、凤凰湾办事处的中药材，都通过旅游渠道打开了销路，实现了农旅融合、互利共赢。

“七夕不再只是一夜的浪漫，而是全城的狂欢、全业态的动能、全年的期待。”新余市文旅局相关负责人表示。这座以“浪漫七夕地，天工开物城”为名的城市，正以节庆为笔、以文化为墨，书写着文旅融合、城乡共兴的新篇章。