

消费场景破圈叠加“灵”感生活

2025龙华庙会圆满收官



灼灼春日,繁花盛开,为期4天的“妙会·春灵龙华”2025上海龙华庙会,4月13日圆满落幕,最新数据火热出炉:超20万人次的游客走进会场,42场精彩表演轮番登台,总销售额约800万元。现场市集中最受欢迎的摊位为盘扣、珐琅、龙华禅食。活动在抖音、小红书、微博、微信等各大新媒体平台上,曝光量更是接近500万,妥妥成为网络热门话题。

此次龙华庙会如同一个超级大熔炉,把传统与创新完美融合,打造出一个综合性消费平台,让文旅商体展融合发展的理念落地开花,将红色文化、海派文化、江南文化的魅力展现得淋漓尽致,成为上海文旅市场一次春日盛会。

【以科兴文】潮流科技元素点亮“妙会”

将众多高科技引入传统“妙会”,是今年龙华庙会的一大亮点。

被小朋友们亲切地称为“会弹吉他的钢铁侠”的人形机器人“魂宝”,激情Solo之余在庙会现场与广大观众完美互动,让大家备感惊喜。

借助先进的元宇宙XR视觉呈现科技的“秦潮觉醒”第二季,酷炫登陆此次庙会,广大市民游客争相带上AR眼镜,“走进”异次元幻境。

由龙华社区居民岑新国创作的30米《龙华风物图》,不仅在塔影空间内进行了现场展示,还在龙华广场上的环幕循环播放,并且借由AI技术,让画中人变得灵动,生动复现了1960—1970年代龙华的风貌。

由新能源汽车品牌“极氪”打造的“灵动生活街区”,以科技出行和多样化的主题岛,结合龙华庙会与非遗项目,向市民游客展示了新能源汽车与日常生活紧密融合的无限可能。

大家不但在这里解锁各种新科技和传统非遗的奇妙碰撞,更亲身体验了新能源汽车的各种新奇功能,现场询价的市民游客让工作人员应接不暇。

据统计,庙会期间看车用户累计约1600位,其中高意向购车用户约10位,集中在全新首发亮相上海的极氪007GT车型。四天庙会期及后续转化带动全上海近百台销量,预计产生近2000万元的销售额。

【以文塑旅】传统庙会文化历久弥新

此次龙华庙会的“灵韵舞台”,每天都有精彩演出,杂技高跷、江南丝竹、京剧昆曲、上海说唱,你方唱罢我登场,满满江南风韵。

来自各地的“非遗”文艺演出相继登场,川剧变脸精彩绝妙、云南芦笙合奏欢快热烈、江西上饶非



凡。活动期间,关于#龙华庙会#的话题近万篇,点击量500万+,关注的人真是不少啊!

【综合平台】多种消费场景叠加延展

除了龙华广场这个主会场,此次龙华庙会的空间还延展到了周边地区,活动内容也覆盖文、旅、商、展等多个方面。

在“塔影空间”里,《共君聚砂》非遗紫砂壶展引人流连;《非遗小课堂》场场爆满,游客们满心欢喜地拿着亲手制作的各种国风小物,爱不释手;《共生共创》则召集了多个领域的新生代艺术家,把传统美学用时代潮流的手法重新定义和创新。

街对面的龙华会举办的“龙华春会·十二时养”活动,引领市民游客化身“时间旅人”,偶遇卖药郎巡游,参与《皮影戏说十二生肖》《沪语脱口秀》等有趣丰富的活动。

与此同时,朵云轩艺术中心举行的《绝技千年——国家级非物质文化遗产朵云轩木版水印技艺展》《第57届博洛尼亚插画展·中国巡展“人间任天真”》以及特色纪录片《康熙与路易十四》展映等文艺活动,为龙华庙会增添不一样的文化体验。庙会期间,上海京剧院还在京剧传习馆开演新空间京剧《龙潭英杰》,进一步丰富龙华庙会的文艺消费市场。

安徽蚌埠、浙江宁波、江西上饶等周边城市和云南屏边等各地文旅单位纷纷前来“赶集”,带来丰富多样的旅游推介活动,拓宽了大家的旅游视野。

在“灵动生活街区”,非遗海派盆景艺术、老凤祥非遗“海派金银胎珐琅器制作技艺”、“上海剪纸”艺术、海派旗袍和盘扣技艺、非遗手绣鞠等众多充满海派特色的非遗项目,不但让游客们玩得开心,更收获了企业订单。

消费者得到实惠,非遗传承人和商户商品热销,庙会文旅活动内容扩充,庙会消费外延得以延展,体现了龙华庙会对于文旅综合消费的平台引领作用。

2025龙华庙会每一处都透着一个“灵”字。你是否还觉得意犹未尽?让我们一起期待明年再次开启超“灵”的狂欢之旅吧。

(来源:徐汇文旅)

