

从“水上布市”到“国际纺都” 聚焦产城人文，柯桥如何逐浪“大文旅”时代

郭海峰 孔也 桂思琪 黄萍 吴维郎

近年来，绍兴市柯桥区聚焦聚力产城人文深度融合发展，高标准打造文旅融合示范区。日前，《全国市辖区旅游研究报告2025》发布，柯桥区位列全国市辖区旅游综合实力百强区第7，实现4年连续晋位。从曾经的“水上布市”到现在的“国际纺都”，究竟是什么因素点燃了柯桥文旅市场的热度，而这股热潮能否持续不减呢？



柯桥瓜渚湖畔

诗画浙江
美好旅程

解码柯桥“多巴胺” 新场景如何撬动 美好生活新需求

文旅消费作为经济生活中的活跃板块，是扩大内需的有效途径，也是满足人民群众美好生活需要的重要载体。如何通过重塑和升级，在熟悉的地方营造出“新的风景”与消费者链接？柯桥的一系列文旅新业态正在尝试作答。

今年3月，一场以“花海”为名的春日狂欢——“柯桥多巴胺·2025湖畔花海季”在浙江绍兴市柯桥区瓜渚湖畔上演，仅两天就吸引了长三角地区近45万游客涌入打卡，全网话题阅读量超14亿。

这场视觉盛宴背后，是柯桥对“赏花+”文旅模式的创新探索：水上游船、房车露营、共富市集、素人音乐会等多元业态，将传统观花升级为文商旅融合的沉浸式体验。

而流量更是通过“全域花海游”裂变扩散。柯桥以瓜渚湖为核心，串联起古镇、鉴湖、兰亭等景点，通过立体式“赏花地图”串联全区花卉资源与景区，形成“一日游”到“多日游”的全域旅游闭环，推动“过境游”向“过夜游”升级，为文旅消费注入持续动能。



古镇烟火照见国际舞台 文脉传承与业态创新 如何共融

热度之下，是“金柯桥”的繁荣活力，热度之后，更是文旅消费提质升级的长期命题。

一城三古镇，是柯桥向世界展示江南水乡的“金名片”。实现文旅消费的提质升级，离不开提升古镇旅游产品的竞争力。“安昌古镇腊月风情活动”已经举办了26届，人气一年更胜一年，带火了传统文化。”安昌古镇内“合筑文宿”的经营者朱益峰是土生土长的安昌人，同时也是“安昌有礼·水乡婚礼”产品的策划人。“我们现在推出的明制水上婚礼深受年轻人青睐，观看的游客把场地围得水泄不通，结束后就有人来咨询。”朱益峰笑着说。

眼下，柯桥正以更宽阔的视野，整合三大古镇资源，推动全域旅游发展，在长三角打造独特的文商旅板块。去年以来，三大古镇强强联合，同步启动

集休闲旅游、夜间消费、城市推介等于一体的“仲夏星光”2024柯桥夜生活潮流季等活动，吸引无数年轻人争相打卡。

目前，柯桥已成为“浙江省夜间经济样板城市”，安昌古镇、柯桥古镇入选了省级夜间文化和旅游消费集聚区，柯桥古镇还入选了省级旅游休闲街区、“2024夜间旅游优选项目”。“夜鲁镇”景区入选国家级夜间文化和旅游消费集聚区，成为夜间文化和旅游消费的全国顶流。2024年，柯桥三大古镇共接待游客1053.9万人次，同比增长7.5%，成为带动当地文化旅游业的主力军。

柯桥作为世界布商大会永久举办地，前不久再次吸引了全球目光。5月初，2025柯桥时尚周（春季）启幕。绫罗华章·踏云馆2025新品国风秀等活动惊艳亮相，演绎了一场纺织与文旅共舞、国际与本土交融、时尚与商贸并行、线上与线下同步的盛宴。

近年来，柯桥大力发展时尚创意产业，成为国内纺织与时尚的风向

标。如今，柯桥常驻外商就有6000余人，每年进出柯桥外商超10万人次。在这个前沿的“国际社区”，当然少不了全球的舌尖味道，世界各国的地道故乡味纷纷在柯桥扎根；赛车、滑雪、乐园、游艇等多种国际范的文旅项目让来自五湖四海的客商享受江南水乡的时尚体验；长三角国际田径钻石赛、世界无人机竞速公开赛等国际赛事落地举办……柯桥已成为一座充满国际时尚味的城市。

“夜态”多元化、业态国际化。来自全国乃至世界的游客游览柯桥风景、品尝柯桥美食，感受“文化味”和“烟火气”，与柯桥文旅双向奔赴。

产城人文融合之路 柯桥如何行稳致远

近年来，柯桥区围绕“老绍兴”的深厚文化底色、“金柯桥”的国际时尚色彩，全面推进文旅融合，持续提升了“老绍兴·金柯桥”城市品牌，曾获得浙江首批全域旅游示范区、浙江首批5A级景区城、世界休闲城市、最美中国首选旅游目的地等荣誉，柯桥已逐渐成为国内文旅行业的“弄潮儿”，柯桥的故事如何续写？

欲引客，先营销。前不久，文化主播董宇辉以“一日文化体验官”身份探访柯桥，体验柯桥古镇运河烟火，以一日行程浓缩千年江南风骨。

这场以“深度文化沉浸体验”为核心的行程，直播实时在线人数最高近20万人次，让“书卷气”与“烟火气”并存的柯桥文旅资源优势出圈，彰显了一座千年古城的厚积薄发。

柯桥以从历史长河走来、看向未来的姿态，努力书写着文旅长红的范

式。去年，文化和旅游部艺术发展中心与柯桥合作创排的越剧史诗《胆剑千秋》融合现代舞美技术，晋京献演并启动全国巡演。脱胎于越王勾践的“胆剑精神”，是越地文化的代表性符号，也是中华民族精神的缩影之一，如今，这部大戏带着柯桥印记，带着中国文化，走向全国，走向海外。

柯桥在宣传策略上大胆尝试，拓展宣传渠道。2024年，柯桥制定“锦绣计划”，拟用3年打造10部定制微短剧，讲好柯桥故事。5月10日，柯桥“锦绣计划”首部微短剧《越州异闻录》首播，热度占据各大平台榜单前列，全网累计曝光量破亿。制作团队在柯桥实地取景，实现了历史文化与潮流表达的有机融合。另一方面，柯桥先后赴雅典、北京等城市，精心策划“江南看社戏·柯桥过大年”等文旅推介活动。

要将流量留下，持续变为经济增量，练好“内功”是基础，文旅场景需要扩充。柯桥以项目为抓手，吹响文旅经济“集结号”。去年，柯桥入库重大文旅项目32个，总投资336.09亿元，投资完成率为142.2%。

随着营商环境越来越好，柯桥还吸引了不少从纺织产业“跨界”而来的“纺二代”投资。如农旅融合的“生然谷·贝来极光营地”、旧水厂改造而成的“水厂1989咖啡”、“可居可游可博物”的璞祺艺境酒店……这些不断焕新的项目不仅满足了市民游客的文旅生活新需求，更以文旅赋能乡村振兴，让群众端上“产业碗”。

从“一日新”到“日日新”，从“一处美”到“全域旅游”，从“单业态”到“全链条”，柯桥正以“创新”为笔，以“大文旅”为纸，踏着时代的鼓点迈出铿锵步伐，奋力开创新时代新篇章。



柯桥古镇

柯岩叶家堰·鉴湖里

(本版图片由绍兴市柯桥区文化广电旅游局提供)

中国旅游日
China Tourism Day