

专版

庙会“欢腾”客如云 古城“越味”火出圈

赶一场热气腾腾的庙会,是绍兴人记忆深处的年味,更是迎接新年的仪式感。

2025年12月31日至2026年1月3日,以“欢腾”为主题的第三届山阴城隍庙会在绍兴古城火热上演。4天时间里,这场集文化、旅游、消费于一体的盛会累计吸引市民游客41.2万人次,日均10.3万人次,较上一届日均人流量增长23.6%,带动周边商业消费超5200万元,为新一年的绍兴古城点燃了一把旺火。



非遗巡游

■ 王佳 陶俊 邱洁

文化“活”了 场子更热了

2025年最后一个夜晚,绍兴城市广场流光溢彩。盛大的城隍巡游队伍穿行于古城街巷,所到之处,欢声如潮。

“这才是记忆里的年味!”28岁的李女士抱着女儿挤在人群最前面,“以前过年,最盼望的就是赶庙会、看大戏。这几年庙会越来越热闹,老底子的东西都回来了,还更有看头了!”

这次巡游,堪称一场流动的“绍兴非遗博览会”。除了传统汉服方阵,还首次集结了新昌拔茅舞龙、诸暨草塔抖狮、嵊州吹打、上虞河蚌舞、柯桥鱼灯舞等来自全市六地的非遗精华。由越地历史名人组成的“名仕团”NPC“穿越”时空,与观众亲切互动——“王羲之”泼墨赠字,“陆游”即兴赋诗,“鲁迅”则与游客探讨起“茴”字的写法。

“起狮——!”随着一声号子,静伏的“狮子”倏然腾跃,在数十根丝线牵引下闪转腾挪。“这是我们第一次来庙会表演,场面真是太热闹了,大家的欢呼声听着就提气!”诸暨草塔抖狮第五代传人朱国祥介绍,“线狮”起源于清代,是国家级非遗项目。望着眼前使劲鼓掌的年轻面孔,他眉开眼笑,“现在年轻人爱看,老手艺有希望传下去了。”

“传统的庙会活动与众多老字号、非遗展示相得益彰,这正是绍兴城市文化底蕴的生动体现。”越城区委宣传部相关负责人表示,将静态的文化遗产转化为可参与、可体验的活态场景,是让传统文化焕发新生的关键。

庙会期间,整个越子城历史街区化身为一个巨型沉浸式剧场。每天上午10点,“范蠡开市”情景剧在越王台准时上演,重现古代商埠开市的热闹场景;府山公园内,杂技、猴戏等“山阴百戏”轮番登场;在范大夫祠戏台,绍兴摊簧、越剧选段等传统戏曲悠扬婉转;越王城文化广场上,年轻的民谣乐队用现代旋律唱响古城新韵,吸引大量年轻游客驻足。

从“唤醒”沉睡的文化记忆,到“焕新”传统的节庆形态,再到全城沸腾的“欢腾”,三届庙会主题的更迭,勾勒

出一条清晰的古城复兴轨迹。这不仅是市民日益增长的美好生活期待的精准回应,更是绍兴古城深厚文化底蕴、蓬勃消费活力与强劲发展动能的一次立体展示。

“在前两届的基础上,我们从文化、空间、消费三个维度进行了升级。”越城区府山街道办事处有关负责人介绍,庙会以越子城历史街区为核心,联动3条特色街、5大综合体、6个区县市及100家“老字号”品牌,通过多业态集群、多平台承接、多形式沉浸、多商家联动、多力量推进,打造了一场全域参与、全景体验的跨年嘉年华。



非遗吹糖



第三届山阴城隍庙会

人气“聚”了 消费更火了

冬日的绍兴古城,欢笑声与烟火气交织升腾,一场全域消费盛宴热力上演。绍兴博物馆广场上,“老字号”中华行(浙江站)同步举办。30余家企业内外优秀“老字号”品牌集中亮相。“将老字号植入庙会场景,就是要让传统味道找到新市场。”绍兴市商务局相关负责人表示,通过借助庙会的人气流量,培育消费新热点,推动中华优秀传统文化融入现代生产生活。

在府横街小吃一条街,一家米酿摊位前挤满了操着外地口音的游客。“这次庙会,我们备了300多斤货,用的都是鲜花鲜果,每天现酿。”店主郑先生一边招呼客人一边麻利地装瓶。除了经典原味,新推的桂花酿、玫瑰酿尤其受年轻人欢迎。除了黄酒小镇门店外,去年,他陆续在书圣故里、仓桥直街开了分店,老手艺正借着庙会的人气飘出新香。

“诸暨年糕来两盒!”“嵊州小笼包打包三份!”在“山阴妙市”,吆喝声此起彼伏。这届庙会的市集摊位比上届翻了近一番,200多个摊位沿着街巷铺开,特色小吃、新春年货、非遗文创、二次元潮玩应有尽有。“本来是看节目,结果先被美食‘绊住’脚了。”来自宁波的游客李女士在朋友圈晒出“战利品”。

“我们专程从杭州坐地铁过来,就是为了感受地道的绍兴年味。”来自杭州的游客陈小姐和朋友们手持越子城报,忙着与各处NPC互动打卡、收集印章,“既能看表演、尝美食,还能参与互动游戏赢奖品,体验感太丰富了!”

翻开导视地图,以越子城为核心,庙会串联起城市广场、府山横街、府山公园、绍兴博物馆广场、越王城文化广场等多个核心区域,打造出全域联动的文化消费空间。白天看戏逛市集,傍晚品茶小酌,入夜后还可欣赏越剧联唱、绍兴摊簧、莲花落等非遗专场演出,市民游客可享吃、喝、娱、乐、购一站式体验。

“让传统文化‘活’在当下,自然能吸引人流、带动消费。”越城区文广旅游局相关负责人表示,通过创新“演艺+市集+互动”模式,有效延长了游客的停留时间,过夜率大幅提升,还带动了周边餐饮、购物、住宿等二次消费,形成“游景区、赏演艺、宿古城”的消费闭环。

为让古城“欢腾”起来,越城区以第三届山阴城隍庙会为抓手,推出2026跨年消费嘉年华活动,实现全城联动,围绕美食、赛事、非遗、年俗、嗨购、演艺、研学等七大消费场景,开展20场文旅体促消费主题活动,总投入资金超5000万元,为古城消费再添一把火。

古城“燃”了 活力更足了

一场成功的庙会,其意义远超活动本身。它成为检验古城保护利用成果、推动历史街区活化的催化剂和样板区。

“这哪是课本上的鲁迅先生,分明是个‘萌’主,谁能忍住不带回家?”从上海回绍兴跨年的小吴,举着O版鲁迅冰箱贴笑出了声。在越子城青年创客集市,像这样“可爱到犯规”的绍兴特色文创产品成了“断货王”。年轻人巧思设计,把厚重的历史文化变成了可亲、可感、可带走的“城市礼物”,引得游客爱不释手。

青年创客吴徽见证了三届庙会带来的变化,“庙会像一面镜子,照出了古城越来越年轻的样子。”从最初的一家小店,到如今拥有多家门店,产品扩展到近百个品类,他的创业轨迹与古城“复兴”进程紧密相连。这些年,绍兴以文化“两创”为导向,通过优化古城青年创客联盟政策、建成古城青年



老字号·新国潮



“范蠡开市”沉浸式演绎活动

本版图片由绍兴市名城办提供

