

文旅大餐上新 让您乐游“五一”

露营艺术节、民俗文化节轮番登场,还有美食品鉴、消费券发放等

晨报记者 陈翠仙 张雅雯

明日就是“五一”假期,厦门文旅行业早早做好了准备,“上新”大批文旅活动,为市民游客提供丰富多彩的假日休闲好去处。

●活动上新

这个假期,各大景区准备了精彩的活动,为市民游客提供了出游好选择。

惠和石文化园推出了主打休闲的露营艺术节、国潮市集等系列活动。“我们根据游客的需求并结合时下的热点,推出了这些活动,期望能够吸引更多游客。”景区相关负责人告诉记者。

此外,园博苑的大波斯菊、兰花、马鞭草等也将与市民游客见面,景区还将举办公益惠民演出及草地音乐节等;胡里山炮台也推出了仿古投壶、趣味保龄球等有趣互动游戏。

澳头社区坐落于翔安区的金海街道,既保留着千年渔村的淳朴风貌,又融合了闽南海洋文化与世界当代艺术。音乐、雕



近日,海沧举行旅游踩线活动,为“五一”预热。

塑、画展……数个艺术工作室、艺术展厅在澳头集聚绽放。4月28日至30日,2023年翔安民俗文化节将在澳头社区开幕,现场有沉浸式汉服T台秀、农民画彩绘DIY等精彩活动。

●美食上新

美食是旅途中不容错过的精彩,厦门众多美食绝对能够安抚不同游客的胃。

明日上演的“闽南海味·舌

尖同安”2023第二届同安区乡厨争霸赛令人期待。肥而不腻的同安封肉、鲜香十足的海蛎煎……各种同安美食将轮番上场。

此外,香格里拉大酒店推出了“京闽同席,山春海味”,邀请北京名厨与本地大厨联手,带游客尝遍八闽和地道京味儿。

厦门宸洲海景洲际酒店则推出了新西兰美食节,带您感受异域风情。

●服务上新

东孚乡村旅游官方服务平台“天竺山下”将于“五一”期间试运营。4月27日至5月21日期间,平台将合计投放20万元,通过“天竺山下”小程序向用户发放满10减3、满20减5、满50减10、满100减25四种不同面额的东孚乡村旅游消费券。游客在“天竺山下”小程序平台购买产品时可直接抵用。

相关新闻

集美“铛铛车”班次加密

晨报讯(记者 张晓霏 通讯员 郑珺)这个“五一”,“铛铛车”集游1路将迎来优化调整。

记者从集美区建设与交通局了解到,优化后的“铛铛车”将设置垂直于地铁和BRT的线路,以九天湖站为起点,至云城万科里站返回,往返总长度11km,线路设计实现最短化。优化调整后,“铛铛车”途经站点有九天湖站-灵玲马戏城站-集美市民广场站-杏林湾营运中心站-儿童公园站-杏林湾营运中心北站-IOI棕榈城站-云城万科里站。为方便自驾来集旅客,“铛铛车”同步串联起周边公共停车场。

此外,“五一”期间,集美将投放7辆“铛铛车”,班次从原来的33班增加到40班,并由原来的单向运行调整为双向运行,居民游客站点候车时长将从原来的30分钟-45分钟缩短至12分钟-15分钟。

思明商圈焕新 美妆消费升级

线下快闪、IP展、“首店潮”……美妆主题活动令人应接不暇

晨报记者 冯娜 潘成凤
通讯员 倪宝新

国际品牌进驻、新品首发、积分折扣、百元立减……如今,越来越多美妆品牌进驻思明区,线下快闪、IP展、“首店潮”,美妆经济推动区域商业能级焕新提升。这个“五一”,宝龙一城、万象城等思明区商圈积极上新美妆品牌,聚焦国际优质大牌,开展美妆主题活动,为假期打造新一波的美妆消费潮。

美妆业态升级 激发消费潜力

近年来,随着女性消费的迭代发展,女性用户的悦己消费随着本地零售市场的发展持续爆发,“美妆经济”对零售市场的影响力不断增加。中华城相关负责人表示,2019年,商场化妆品品类全年业绩突破2.3亿元,同比增长54%。今年春节期间,中华城举办大牌美妆节等活动,实现客流超47万人次,美妆节的引流效果可见一斑。

纵观思明区美妆市场,购物中心对美妆业态的调整可谓是花样百出、勤钻精新。早在2015年,中华城便开启美妆业态的招商。商场相关负责人表示,作为厦门最早将美妆专卖店引入购物中心的商场,中华城最高峰时期引进26家国际美妆,现已累计沉淀超20万的美妆专属粉丝。继中华城美妆Mall揭幕,厦门SM也正式启动百货区美妆升级改造,成为继嘉禾巴黎春天和中华城之后我市第三大美妆地。

2018年,厦门万象城盛大开业,引领区域消费升级。作为首店品牌收割机,厦门万象城汇集了La Prairie、Helena Rubinstein、TOM FORD、Pola等厦门独家品牌,进驻品牌均为精品店级别,超过半数的美妆精品店拥有美容坊,在思明区美妆市场上独树一帜。此外,商圈更积极引入稀缺美妆快闪店资源,今年已先后落地了fresh馥蕾诗美丽剧院(全国首展)、La Prairie「鱼子超升精华」互动展(福建首展)、



厦门万象城举办馥蕾诗美丽剧院全国首展。万象城供图

GIVENCHY纪梵希美塑馆(全国首展),厦门首家NARS门店也将亮相,为广大市民、游客带来多元的美妆互动体验。

东部商圈焕新 掘金美妆经济

兼具颜值与实力的高端化妆品品牌,既吸睛又吸金,不仅满足了年轻消费者不断升级的“颜值”

需求,更对商业体整体零售氛围与格调的提升起到了至关重要的推动作用,有效助力商圈人气提升、业绩增长。

今年“五一”,厦门宝龙一城将以“COLOR FOR MAY”为主题开展国际美妆主题活动。4月28日,DIOR香氛彩妆精品概念店正式揭幕,开启一场与众不同的法式盛宴;4月29日,MAKE

UP FOR EVER玫珂菲开业,将携明星新品“仿真肌”丝绒粉饼及专业彩妆师沙龙亮相;5月1日,GUERLAIN法国娇兰正式开业,作为娇兰的精品店,该门店集合了全品牌娇兰产品,并拥有贵妇级娇兰美容房,为广大消费者提供独特的兰花SPA体验。

相关负责人表示,宝龙一城后续还将有兰蔻、迪奥、YSL、植村秀、阿玛尼等十个以上国际美妆品牌进驻。5月美妆活动开幕后,商场将于5月12日至14日举办2023年春夏时尚周,将邀约近20个时尚零售品牌呈现初夏大秀。

业内人士表示,此次国际高端化妆品品牌进驻宝龙一城,不仅是商圈自有品牌业态的优化升级,更填补了厦门东部商圈高端化妆品品牌的空白,进一步完善我市商圈高端化妆品版图,激励着我市各大中高端标杆性购物中心布局高端美妆市场,以体验和互动为切口,以沉浸式、个性化的体验触发消费者情感共鸣,激发消费欲望。