

秋风送爽之际,苏州工业园区正以为期3个月的“金秋·三湖嘉年华”为画笔,在金鸡湖、阳澄湖、独墅湖的碧波之上勾勒出一幅多维文旅画卷。“金鸡湖大爱潮涌,阳澄湖硕果欢腾,独墅湖朝气蓬勃,金秋三湖各有精彩。”

据统计,国庆中秋假期,园区各景区景点游客接待量均创新高,金鸡湖景区、阳澄湖半岛旅游度假区累计接待游客278.44万人次,同比增长20.2%,日均客流量同比增长5.18%。这场潋滟秋光中的城市狂欢,正重塑苏州工业园区的现代都市文旅新格局。

现代快报/现代+记者 何洁 徐晓安



金鸡湖



金鸡湖大爱潮涌,阳澄湖硕果欢腾,独墅湖朝气蓬勃 潮起三湖:书写城市IP新叙事



阳澄湖



独墅湖 本版图源:苏州工业园区发布

三湖定位 差异化协同发展的文旅版图

9月13日,2025苏州工业园区金秋·三湖嘉年华盛大启幕。嘉年华以金鸡湖、阳澄湖、独墅湖为核心,持续约3个月,串联商业、旅游、文化、体育、展览等多元内容,深度贯通“吃住行游购娱”全链条,进一步释放文旅消费动能。

“这个秋天,园区就像一个宝盒,装满了各种玩法。”旅行博主SunnyYanz的体验感言,道出了这场嘉年华的成功秘诀。

提到金鸡湖畔,浪漫是它的底色。沿13.14公里环湖步道打卡“中法爱墙”,乘坐128米“苏州之眼”摩天轮俯瞰城市,乘船夜游欣赏灯光秀与音乐喷泉……这里最不缺的就是表达爱意的地方。假期里,“左岸158”开街、“右岸秋夜”露天音乐会、“爱艺相伴·环金鸡湖浪

漫艺术展季”、“公园好市秋日集”等一系列活动接连上演,又为这份浪漫增添了时尚潮流氛围感。

这段时间的阳澄湖,蟹香四溢,它的定位必然离不开一个“吃”字。国庆假期,共有61.8万人次上岛,只为那一口“鲜”。不过,从2025阳澄湖半岛蟹季厨艺大赛、大闸蟹美食市集、浅水湾农家乐,再到2025WTA125苏州公开赛、第十一届足球小将冠军挑战赛接连上演,孕育大闸蟹的阳澄湖不仅能让市民游客尽享舌尖狂欢,也能点燃秋日运动激情。

当落日的余晖洒下,波光粼粼,帆船点点,属于独墅湖的时刻才真正到来。阳光、波浪、桨板,这片水域因桨板运动火出圈,加上周边高校云集,被称作“读书湖”的独

墅湖成了青春的注脚。因此,把握嘉年华的契机,独墅湖聚焦青春文艺与动感体验,打出“让我们荡起双桨”的抒情牌。一到傍晚,草坪露营、湖畔骑行,静谧艺术与科教氛围扑面而来,年轻情侣、亲子家庭在这里尽享“慢时光”。

金鸡湖的浪漫、阳澄湖的蟹香、独墅湖的青春,三大湖区被赋予了不同的文化个性,不同于传统文旅活动的单点突破,而是以差异化主题重构三大湖区IP:金鸡湖打出“一生一世”浪漫牌,将环湖步道、美术馆群落与音乐喷泉熔铸成都市浪漫地标;阳澄湖以“黄金甲”大闸蟹为支点,撬动美食、运动、非遗的复合型体验;独墅湖则借“让我们荡起双桨”的集体记忆,打造青年文化与科教资源的碰撞场域。

以湖为媒 一场城市IP的精准塑造工程

差异定位,多样玩法,是这场嘉年华成功的表面,而更深层次的,是苏州工业园区以湖为媒,打造城市IP的战略考量。

为何是湖?湖泊作为城市自然资源,具有天然的亲和力与辨识度。对于一座以“工业”为名的国家级经济技术开发区来说,这成为其打破刻板印象、重塑城市形象的关键。且与姑苏老城的粉墙黛瓦不同,园区的三湖代表了一种现代江南韵味的新型“苏式生活”。

与此同时,抓住国庆中秋双节假期,以节俭促融,将自然生态、现代艺术、运动活力与人文温度精彩串联,能充分展现园区宜居、宜游的独特魅力。作为苏州工业园区的全

民秋日文旅盛会,嘉年华可谓盘活了园区全域资源,覆盖“吃住行游购娱”全域体验,能够满足不同客群的多元化需求。

活动期间,园区各大商圈通过特色市集、主题营销与首店经济协同发力。左岸市集汇聚41家特色摊位,配合打卡点与休憩区,迅速成为国庆期间休闲消费新晋目的地。苏州中心商场的三丽鸥主题快闪、星悦汇的汉服巡游与音乐角等活动,精准吸引年轻客群,同时通过离境退税服务提升外籍游客体验。阳澄湖畔比斯特购物村依托FENDI等江苏奥莱首店开业,打造高端购物体验。

推广策略上,园区精心发布

《金秋·三湖嘉年华指南》,集中呈现活动日程、推荐玩法、消费地图等实用信息,为市民游客畅享园区金秋文旅盛宴提供全方位指引;“金秋·三湖惠游卡”和“金秋·三湖嘉年华消费券”,联合千余家商户推出实实在在的优惠,50余场演出、20余项体育赛事和多场展会接续登场,覆盖餐饮、住宿、会展、汽车等重点消费领域。

此外,园区推出“秋日华彩风尚之旅”“三湖珍藏之旅”等主题路线,并在国庆期间开通免费观光巴士,方便游客尽享三湖风光。通过“惠游园区”公众号、“数字金鸡湖”、“同程旅行”小程序等平台,还可享专属折扣与满减礼遇。

流量变现 文旅赋能区域经济新发展

当文旅流量转化为消费势能,这些举措的效果立竿见影,“金秋·三湖嘉年华”已超越传统文旅活动范畴,成为区域经济发展的新增长极。这一现象不仅体现了文旅消费的强劲拉动作用,更揭示了城市发展从“产业高地”到“文旅新城”的转型密码。

譬如,苏州中心作为金鸡湖周边的商业地标,时尚购物、餐饮消费与娱乐休闲氛围浓厚,10月1日至5日,商场累计接待游客191.90万人次,同比增长7.67%。阳澄湖畔

的比斯特苏州购物村,在假期前五天累计接待游客18.82万人次,同比增长11.87%。这些亮眼的数据,是流量变现的直观表现。

值得一提的是,强劲客流还带动了周边住宿市场的火热,据统计,环金鸡湖和阳澄湖半岛12家重点酒店总营收3679.14万元,同比增长6.75%。免费观光巴士假期里串联三湖核心地标,累计服务游客2.28万人次,也再次证明了三湖联动的协同效应。

将短期人潮沉淀为城市“留

量”,让文旅热潮转化为持续消费动能。园区通过精心策划的“金秋·三湖嘉年华”系列活动,成功实现了文化、旅游、体育与商业的深度融合,将旺盛的人流转化为实实在在的消费流。

当金鸡湖的落日映照着摩天轮的轮廓,阳澄湖的蟹香弥漫在秋风中,独墅湖的桨板划破平静湖面,园区的“各美其美”与“美美与共”尽现眼前。假期过去,嘉年华继续,“三湖”仍在以不同姿态迎接八方来客,书写城市IP新叙事。