

逢节就免票，景区营销咋破局



近日，全国许多景区针对“三八”妇女节都推出了女性游客免票或半价优惠，部分景区还顺带对男性游客推出“陪同半价”政策，诸多玩法令人眼花缭乱，目不暇接。这一现象并非妇女节独有，每逢节日，景区就会卷入免票热潮。看似是惠及消费者的举措，背后却折射出景区营销手段的同质化和单一化深层困境。

免票营销效果如何？如何破除单一化营销困局？记者和山东旅游职业学院资深旅游专家张晓国，山东文旅集团有限公司协同创新中心副总经理、山东红叶柿岩旅游发展有限公司总经理李鹏等专家和业内人士就该问题进行了探讨。



红叶柿岩“云上的郁金香”在山顶绽放。

实际上没有太大用处，不想来的依旧不会来，产品才是有力竞争的根本。”

但现实中，一些中小景区却盲目跟风，因自身业态单一、消费场景不足，即便免票营销也难以提升收益，有的还因此加重了运营负担。而频繁的免票让消费者形成“节日必优惠”的心理预期，导致景区非节日时段客流冷清，陷入客源波动、营收起伏的恶性循环。这种一窝蜂式的免票行为，反映出景区运营缺乏创新，过度依赖价格手段，在激烈竞争中迷失方向。

“门票经济在朝着免费的方向发展，这是大趋势。”在张晓国看来，当前免费街区、网红打卡点的增多，给景区带来了不小的竞争压力。自家景区该不该敞开大门，免票迎客？这考验着景区管理者对市场的研判和对自家景区产业链、消费场景的把握。

“不是所有的景区都适合免票，有的景区拥有独特的山水风光，或者因为文物保护等原因，便不适合免票开放。”张晓国说。

当下，游客更看重游玩的性价比，“要让游客感受到门票和体验感的对等，甚至‘还能占便宜’，游客只有觉得值才会到景区来。”李鹏提到了河南开封万岁山，成人凭借80元门票可畅玩景区三天，吸引众多游客前往。

可见，当前景区营销，已从“价格战”转向“价值战”，以差异化营销塑造核心竞争力。

治标也得治本 创新营销是关键

在这波针对妇女节推出的众多活动

中，有些景区却另辟赛道，打出了差异化，吸引了游客的注意。如临沂5A级景区萤火虫水洞·地下大峡谷便推出3月9日男士免票活动，精准定位人群，开展“反差营销”，打破性别印象，制造话题，成功吸引大众关注，将小众需求转化为流量。

“景区营销，最好能够‘周周有活动，月月有亮点’，这很考验运营团队的创新能力。”张晓国、李鹏对于这一点都十分赞同。景区推出的活动要“高频次、强互动、重参与”，让游客感受到高性价比，获得独特体验，才能刺激主动消费，进而提升景区吸引力。再者，延伸产业链，实现从“单一门票”到“场景消费”的转变也十分重要。完善的产业链，能为游客提供全方位服务，提高景区综合收益。如3月8日，红叶柿岩旅游区推出的“云上的郁金香”暨第三届山野生活节，叠加景区正在进行的“千千万万上春山百城千团启春寻花行动”、女性门票半价优惠，哪位游客不动心呢？

放眼未来，景区发展更需要专业化运营与科技赋能双轮驱动。运营团队要深入研究消费者心理，针对不同客群需求设计活动。同时，积极运用数字化手段提升游客体验，借助AR、VR等技术，打造沉浸式空间，打破传统观光局限，创造高附加值旅游场景。

节日免票只是短期“流量药方”，可短期提振客流，却治标不治本，无法从根本上解决景区发展问题。景区要想在竞争中脱颖而出，必须回归旅游本质，挖掘自身特色，以独特内容塑造价值，以产业链思维完善消费生态，以创新意识应对市场变化。只有让游客为景区的“独特价值”买单，而非仅仅冲着“免费”而来，景区才能迈向高质量发展阶段。

记者 孙远明 济南报道

景区营销 由“价格战”转入“价值战”

景区免票策略的初衷是“以价换量”，期望通过门票优惠吸引游客，带动餐饮、游玩设施、文创等二次消费，实现收入多元化。在李鹏看来，这属于“规定科目，不做似乎少了点什么，别人都做，但仅做这个，实

■ 文旅动态

红叶柿岩绽放“云上的郁金香”

记者 乔显佳 济南报道

刚刚过去的周末，淄博红叶柿岩旅游区依靠推出“云上的郁金香”活动，实现客流同比增长1%，收入却飙升80%的成绩单。

3月8日、9日，红叶柿岩精心筹划的2025年“上春山”系列活动推出，其“云上的郁金香”每天接待游客5000人次，与去年同期举办活动期间，游客量略有增长。据山东文旅集团有限公司协同创新中心副总经理、山东红叶柿岩旅游发展有限公司总经理李鹏介绍，去年为早早启动春游市场，采取免票政策，收获春节后第一个高人气。今年，考虑到景区内“奇幻聊斋”正在加紧施工，和尚房古村正在搞建设，为缓解安全压力，采取门票半价政策，以便

稍稍控制客流，仍实现游客量的持续增长。可喜的是，旅游收入同比飙升80%。

3月8日，红叶柿岩别出心裁地推出“十二花神”，同时推出“云上的民谣”“云上的花环”“云上的咖啡”增值服务体验，让今年的“上春山”活动更有玩头。

更早时间，红叶柿岩旅游区推出“千千万万上春山”市场攻势，组织千家旅行社前来踩线，实际邀约抵达的省内外旅行社机构达到1200多家；上千企业搞团建，在“云上的郁金香”营造的美轮美奂环境中，这些创新性活动大大增加了游客的体验，增加了市场卖点。红叶柿岩旅游区的此番市场实践说明，在旅游淡季，景区单纯通过服务提升也可弥补人气的不足，赢得游客的积极回应，由此实现运营效益的提升。

济南电影幻城上新春日活动

记者 乔显佳 济南报道

春分将至，记者10日从济南电影幻城获悉，近期将推出包括春日植树在内的系列活动，让游客在这万物萌新的时节，再次点燃对济南西城旅游的热情。

济南电影幻城位于长清大学城，原名“电影小镇”。去年，山东文旅集团接手运营，派驻专业的运营团队，“一大波”项目提升策略和增值服务正在推出。

除了植树节活动，此番“焕新”的电影幻城还大量注入非遗元素，将持续举

行非遗市集活动，将散落于时光褶皱里的匠心技艺重新编织构筑起一座可体验互动的文化基因库。游客可从中感受到铁器的粗粝质感，剪纸的纤薄肌理，以及草编的原始、灵性、泥土气息。在电影幻城的场景中，游客的非遗体验更佳。其间，推出中医药市集，将《黄帝内经》的智慧化成有趣好玩的旅游体验。

山东文旅·济南电影幻城常备有自身特色的实景演艺项目，在这座“天然剧场”内，随时上演。游客口碑项目“乾陵探秘”和“五脉试炼”解锁缠绕的密室谜团值得体验。

济南方特“闺蜜节”邀你共赴春光

韩小梅 济南报道

陌上花开，春风有约。即日起至3月23日，济南方特推出“闺蜜节”主题活动，双人同行仅需280元。

活动期间，济南方特精心布置众多不同主题的拍照打卡点。在古韵小镇，“桃花源记”氛围感十足，桃花灼灼，岁月静好；“公主请发财”系列打卡点，梦幻浪漫，超级出片。

此外，乐园内30多项高科技主题项目同样不容错过，在《九州神韵》《牛郎织女》的立体巨幕影院，与闺蜜一起感受身临其境的穿越之旅；在高人气主题项目《女娲传奇》，带着闺蜜一起升级打

怪。还可以畅玩过山车 and 海盗船等刺激类游乐项目，或打卡梦幻双层转马解锁欢乐时光。

春风正好，趁着优惠，带着小小的TA一起在济南方特偶遇熊出没，实现TA的“熊出没自由”，享受亲子时光。济南方特为亲子群体倾情打造多项主题项目，创造欢乐温馨的亲子时光，让小朋友的童年更加欢乐有趣。超值门票优惠之外，乐园还推出多重福利活动。拍照打卡出片神器春日发箍与泡泡机好物上新，轻松增添春日氛围感。不仅如此，熊出没主题爆米花桶也限时推出购买当日可无限续的优惠活动，乐享春日甜蜜。

明水古城首届清照泉城女性文学季启动

韩小梅 济南报道

3月8日，“千年等待 易安归来——首届清照泉城女性文学季”系列活动在清照泉城·明水古城正式启动。

济南清照泉城·明水古城国际泉水旅游度假区已然成为热门旅游打卡地，最新打造的“姐妹书房”，联动全国58家品牌书店打造女性主题消费磁场，以李清照IP和全民阅读为文化内核，主办“千年等待，易安归来——首届清照泉城女性文学季”。3月13日起，在历史与现代交织的泉城坐标上，国内首个“城墙上的书店”——归来书院落户清照故里，标志着以“李清照IP”为文化核心，融合东

西方女性文化内涵的沉浸式文化实践正式开启。

据介绍，该活动以“当她与她在时光的褶皱里对话”为文化切入点，引入英国作家弗吉尼亚·伍尔夫的女性思想，以其个性化的文学视角和先锋女性意识，与李清照形成跨越时空的对话，通过独特的城墙空间叙事重构，开启一场历时三个月的春季文化盛宴，将“清照文化IP”融入现代生活场景，与当代女性的独立、智慧、创造力产生跨时空共鸣，共同打造具有文学深度、艺术张力与沉浸体验的文化活动。本次活动是顶度集团发挥资源整合和文化创新优势的又一次实践。