

# 山东旅游如何打好“赏花牌”

随着气温回升，齐鲁大地繁花似锦的景象正在呈现。记者连日来采访获悉，经过近二三十年赏花游的持续带动，山东的“赏花经济”规模已经不可小觑，衍生出很多新业态。



记者 乔显佳 济南报道

## “赏花节”抢的不光是客流

济南市文化和旅游局官方公众号近日连续发文，推介济南赏花打卡点。目前，连翘、梅花等早开花种已经开放，分布城区的玉兰花即将进入盛花期，本周末将是最佳的观赏玉兰花时机。

济南但凡玉兰花密集区域，春日里都是游客“顶流”的存在，如，趵突泉、大明湖、泉城公园、华山公园……家住济南二环东路附近的居民，多年养成到百花公园赏玉兰花的习惯，这里树高花密，进入盛花期的玉兰像一片玉雪、粉雪一样，压覆在树上，观赏起来十分过瘾。赏花时节同时也是摄影发烧友、遛娃族们集中打卡的时候。

进入三月份后，本地杏花、桃花、梨花、马兰花……接连进入盛花期。放眼全省，在抢夺赏花游客方面，各地可谓争先恐后，像济南红叶谷的郁金香，青岛十梅庵、淄博植物园的梅花，德州市平原县的康乃馨种植基地……各地还纷纷推出活动，如东营市广饶县连续打造“花朝节”，在区域春季旅游市场掀起一波“花朝”旋风。

各地赏花游背后，一笔“经济账”很客观。

拿淄博博山红叶柿岩旅游区正在举行的2025年“上春山”系列活动“云上的郁花园”为例，3月8日、9日刚一推出，日均纳客约5000人次，景区实行门票半价调控客流，仍比去年同期执行免票时的游客量增长。旅游收入更是同比暴增八成。据旅游区总经理李鹏透露，一场“云上的郁花园”办下来，成本100万元左右，产生的直接收益将在300万元至400万元之间。从景区营销角度，还为清明、五一，以及4月下旬推出的夜游做好铺垫。所以说，景区举办类似“赏花节”产生的效益将很可观。

## 济南滑雪季收官，露营季“接力”

张宇宁 济南报道

3月中旬，气温回暖。济南卧虎山滑雪场、金象山滑雪场、金沙湾滑雪场、蟠龙山滑雪场等均已闭园，2024-2025雪季正式收官，游客的户外游热情依然高涨，带动露营迅速升温。

随着济南卧虎山滑雪场雪季的收官，场地由巴巴洛洛野奢露营地“接棒”。巴巴洛洛野奢露营地创始人柴延南告诉记者，目前正在整备场地、引进业态，整体将于3月底正式开业。“相比往年，今年将新增越野体验等项目，同时还对汽车、摩托车等赛事进行升级，玩法更为丰富。”

滑雪场场地优势，但在雪季之外，这片场地如何利用值得思考。卧虎山滑雪场总经理曹付强表示，“四季运营”一直都是滑雪场的一大痛点，从往年的情况来看，在“露营热”之下，运营露营地是一个成功的尝试。此外，曹付强考虑继续引



淄博红叶柿岩旅游区“云上的郁花园”现场，游客争相拍照打卡。

## 谁是“山东赏花”第一梯队？

从“赏花游”中尝到甜头的上述红叶柿岩旅游区，本身并不是鲜花的原产地，其令人“服气”的就是“造节”的本事。

在李鹏看来，春天赏花对于游客是一种刚需，有条件的景区应该满足这种需要。任何赏花游很重要的就是制造氛围，为此必须打造场景，在此基础上进行各种植入，如旅游业界这些年频频提及的“生活方式”，这是组织赏花游产品的关键。

游客在赏花游中的地位必须得到重视。李鹏用“赏的不是花，是心情”指代。在此期间植入的各种活动，都要以服务游客为主，这是旅游产品的支点。

从去年“云上的郁金香”到今年“云上的郁花园”，红叶柿岩赏花游在花色品种规模升级的同时，推出各种服务，如花环、花道、花神、民谣、服装发布秀……除了赏花体验更丰富，还增加咖啡等项目，让花的香气和咖啡的香气一起氤氲在“春山”上，不怕游客不心动。

中国旅游行业协会副会长，山东省旅游行业协会会长王德刚认为，赏花游实际是典型的资源依托型旅游开发模式，也是乡村旅游的起点。自20世纪80年代的中后期起，包括山东在内的中国乡村旅游从赏花游开始起步。

据查，山东有记录的最早“赏花节”出现在1990年5月25日，烟台莱州市举办了第

一届月季花节，此后每年举办。莱州市有“中国月季之都”美誉，栽培月季已有600多年历史。

1990年，菏泽向山东省旅游局申办牡丹花会，1991年11月，菏泽国际牡丹花会获批。1992年4月20日至26日，首届菏泽国际牡丹花会举办，当年跻身原国家旅游局、原国家民航局配合“旅游观光年”联合推出的全国百项节庆活动。菏泽国际牡丹花会旗帜鲜明地提出“以花为媒，广交朋友，文化搭台，经贸唱戏，开发旅游，振兴经济”的办会宗旨。

眼下，谁是“山东赏花经济”第一梯队？王德刚会长的答案是：菏泽的牡丹，平阴的玫瑰，临沂的金银花，早已由过去单纯的观光游向产业链发展，特别深加工。临沂的金银花作为“后起之秀”，种植规模很大，产品产出很高，加工出的茶、饮料在市场热销。

记者近日刚好经停高速平阴服务区，看到在平阴玫瑰专门的展示室内，各种玫瑰衍生品琳琅满目，涉及酒水、饮料、糕点、保健品、化妆品、装饰……如今的平阴玫瑰精油，早已走向世界，在化妆品这样一个高附加值产业驰骋。

## 打“赏花牌”要从实际出发

纵观近三十年山东赏花经济的发展，实践中也形成很多的经验。

搞赏花游主要依托各种花卉，而花卉有其自有花期，长则一个多月，短则几天，

“好花不常在”是任何旅游活动或经济开发必须正视的一个问题。

王德刚认为，对此资源、季节依赖型的旅游，是不是一定要做的规模非常大，培育成产业链？需要做科学的分析，将规模、影响力以及自身实力纳入统一考量。对于一些乡镇、村庄，包括中小旅游企业，未必一定要做多大。根据实际量入为出，可能是最好的选择。

从赏花游到赏花经济，很考验当地持续开发和投资的能力，这样方能向深度和规模性发展。如肥城的桃花节，逐渐演变成桃文化的综合开发，衍生出如桃木加工、桃花制品、桃文化文创……目前，肥城已成为全国最大的桃木商品加工基地，形成桃木、桃花、肥城桃三足鼎立的系列产品阵容，极大地延展了当地文化。

肥城赏花游还产生“跨界”影响力，比如，由中国旅游协会民宿客栈与精品酒店分会会长张晓军参与打造的肥城“桃花海唐乡”精品民宿项目，选址于肥城仪阳街道的鱼山村，把住肥城“万亩桃花海”入口处，它的落地复活了这座山东省传统古村落，堪称赏花旅游溢出的经典案例。

旅游资深专家陈国忠认为，山东赏花经济要想继续发展，还须在三个方面加力，第一是加强赏花游中的休闲比重，创造更多的休闲服务产品；第二是搭上健康旅游的顺风车，在康养、康体方面寻找新突破；第三就是继续深挖赏花背后的本地文化，擦亮更多的精品花事、花节活动。

## 游玩踩到坑？“旅游放大镜”帮您解决

王昕珂 济南报道

在“3·15”国际消费者权益日的关键节点，齐鲁晚报·齐鲁壹点推出“旅游放大镜”栏目，面向广大消费者征集文旅维权线索，聚焦旅游领域，透视文旅消费的新环境，保障游客权益。

旅游，作为休闲放松、拓宽视野的重要方式，其品质直接关乎消费者的满意度与幸福感。然而，在文旅市场蓬勃发展的背后，旅游投诉问题也日益凸显。从行程变更、服务缩水，到隐形消费、强制购物，这些侵害消费者权益的行为不仅损害了游客的利益，也影响了旅游业的健康发展。此外，随着“近郊游”“周边游”的兴起，网红景点造假、消费不合理、服务不到位、安全有漏洞等现象也会影响到消费者的体验感。

面对这些问题，消费者该如何维

权？齐鲁晚报·齐鲁壹点将聚合政府、企业、消费者等社会各界的力量，共同构建文旅消费新环境，现面向社会公开征集文旅领域消费维权线索。

如果您在文旅消费过程中权益受到侵害，或者发现文旅行业任何违法违规行为，都可以通过以下任意一种方式向我们投诉爆料，并提供相关佐证资料，我们会严格为您的个人信息保密。

**爆料方式：**1.下载齐鲁晚报官方客户端齐鲁壹点App，点击进入“情报站”，在右上角发布求助；2.微信搜索“壹点帮办”小程序，点击右下角的“求助”发布爆料内容；3.搜索“壹点爆料”官方微博账号或“壹点帮办”官方微信视频号，私信提供爆料线索；4.拨打热线电话：13869196706、0531-85193700。

齐鲁晚报·齐鲁壹点将进行调查核实，维护您的合法权益，共同营造良好的行业大环境。