



孔茜 济宁报道

气温回暖，春意正浓，济宁“春光”正随着鲜花绽放悄然转化为“经济价值”，让“春日经济”日渐凸显。而伴随着4月6日，2025济宁马拉松日期临近，济宁市文化和旅游局联合微山湖、孟庙孟府、水泊梁山等众多景区，推出马拉松赛选手专属旅游福利，实现“消费+运动”的全新体验。4月26日至28日，山东省机器人大会暨2025第一届中国(邹城)智创未来机器人(无人机)梦幻展期间，参展人员还可享受部分景区免首道门票等优惠。



微山湖春天同学会热闹非凡。

产品赋能研学旅游 景区客流明显攀升

3月春光里，刚在泗水等闲谷完成研学游的北京某学校师生返程回京。此次研学游并非传统意义上的“单程游”，而是作为省教育厅挂牌的省级中小学研学教育实践基地与省外学校双向奔赴后的“长期游”。

“北京这所学校与我们签订了共20余期研学游活动，自2月份起至4月底，每周一次。”阅湖尚儒研学基地负责人刘雪梅直言，散客游加团体游，截至3月12日，客流量较往年同期增长了50%以上。

谈及为何有如此之高的增幅，刘雪梅称，随着今年“千人嗦粉”活动的开展及宣传，等闲谷逐渐被省内外游客所熟知。去年，仅研学游加培训共计50万人。但今年初一至初八期间，每天客流量至少两三万。而如此火爆的景象也为当地村民带来了可观收入，村民摆摊收入每天可达1千至2千元。“4月8日至15日，待5公里的樱花路樱花绽放，将迎来景区游玩新热潮。”刘雪梅说。

春光怎会一处独好。在微山湖国家湿地公园内，数百人的微山湖春天同学会热闹非凡。“每场春天同学会活动人数可达五六百人，活动自3月1日起至4月中旬结束。”微山湖旅游发展集团市场营销部部长朱长春表示，随着今年定制化活动的开展，微山湖湿地公园目前客流量人数

较往年同期增幅60%，带动消费增幅18%。

而作为微山湖旅游景区的另一大核心区微山岛，今年也将迎来“新变化”。“针对自驾游旅客及长线游旅客，我们将开展微山湖夜未央主题活动，通过新增夜游项目让游客能够驻足留下。”朱长春介绍，今年，3月份微山岛将首次举行团队启动仪式，国内200余家旅行社齐聚于此。活动的开展将意味着自3月下旬开始，微山岛较往年将提前一个月进入发团高峰期。

“微山湖旅游景区以观光游为主，旺季基本在4月中旬到11月中旬。”朱长春坦言，随着活动的开展，前期市场的培育，往年五一假期才会进入团队大增幅期，今年或将在3月底、4月初，成为景区团队游客新的支撑点。不仅如此，为进一步拉动消费，景区在线路规划上进行了调整，希望通过“引客入城”的方式，将微山岛客流引流至微山县城区游玩。若能使游客停留2日，在现有旅游人数不增加的情况下，旅游营收将增加到3-4倍。

从等客到跨城拓客 助力研学客单提升

随着全国文旅市场内卷，免门票、半票等优惠政策成为各大景区“吸粉”举措。面对同质化竞争，如何脱颖而出“引客入济”，在济宁市研学旅行协会会长杨岩石看来，是一个“拼脑”的过程。

“2023年以来，游客出游发

多业态融合，济宁激发文旅消费新活力

『花式』场景多 春日经济火

生了新变化，多侧重于博物馆、科技馆、公园等地。”杨岩坦言，目前，虽然旅游人数递增，个人平均消费却增速放缓，如何激发旅游兴致，消费热情，是对旅游从业者的一大考验。而将吃住行游购娱6要素串联，才可使产业链产生最大效益，成为实现文旅促消费的路径。

“我们改变了之前‘坐门等客’的现象，去年尝试在上海开设门市，招募上海游客。”杨岩称，去年下半年，招募了复旦附中的青春计划，近200人6天5晚的研学游活动。今年或将再次前来。有了上海积累的经验，今年，又在北京拓展了新门市，点对点“引客入济”，以此来应对市场的不断变化，而旅居性、疗愈旅游的尝试，将进一步细化游客客体，实现精准游。

文旅消费升级的本质是体验价值的升维，针对旅游客体，也由传统研学游转变为开展大研学概念，拓宽研学范畴，除学生研学外，涵盖康养、团建、红色教育等。更是对于3月20日即将开通的齐鲁一号，积极对接银发研学游。“随着国家免签政策的落地，境外人员来中国240个小时，我们也针对日韩、东南亚等地进行了市场推广。”杨岩说。

今年，济宁市还将进一步丰富入境旅游产品供给，围绕海外重点客源地文化热点和旅游需求，加大宣推力度，进一步激活入境旅游市场，多渠道、多角度、多平台推动“孔孟之乡、运河之都”形象立体传播。

文旅、体育双核驱动 消费跑出显著增量

4月6日鸣枪的2025济宁马拉松赛事将成为激活春季消费的强力引擎。赛事期间，微山湖旅游景区、孟庙孟府等景区向参赛选手敞开大门，水泊梁山、万紫千红生态区等推出票价特惠，构建起“跑游济宁”专属礼遇体系，这种创新联动或将显现虹吸效应。

不仅如此，4月26日至28日，山东省机器人大会暨2025第一届中国(邹城)智创未来机器人(无人机)梦幻展将在邹城市国际会展中心举办。济宁市文旅部

门在大赛期间针对参展人员推出部分景区免首道门票、门票优惠等措施，推出系列旅游线路。

3月15日启动的“畅跑运河之都·乐享济宁好品”消费季，更将运动经济推向高潮。全市商场、超市、餐饮企业同步推出促销活动。任城区打造的“运动生活圈”串联起太白路商圈、运河城美食街等，或将形成“赛事引流-场景消费-口碑传播”的良性循环。

而如此有规划、高密度活动的开展，仅是济宁文旅促消费的一个缩影。据统计，2024年，济宁市接待游客突破9200万人次，实现国内旅游收入868亿元。而随着“陪着爸妈游济宁”大学生“全家福”旅行季等6大宣推活动的开展，带动2025春节假期重点景区接待游客，营收分别同比增长19.82%、30.33%。

今年，济宁市文旅宣传推广将以“引客入济”为目标，以“跟着孔子游济宁”为主题，努力提升“孔孟之乡 运河之都”品牌知名度和影响力。

“文旅消费具有很强的综合性和带动性，已经成为人民美好生活的‘刚需’。”济宁市文化和旅游局相关负责人称，济宁将把Z世代(95后)及00后作为重点宣传推广群体，以“孔子的世界 世界的孔子”为主题，开展“跟着孔子研学游”济宁文旅品牌Z世代营销推介，举办“跟着孔子研学游”系列高校推介路展、百名学子首发团等活动。并聚焦非遗、古风、国潮、美食、文创等主题，策划“上岸祈福”“亲子研学”“乡约济宁”“城市Citywalk”以及“春日奔赴、嗨游济宁”等四季旅游线路和产品。发布春夏秋冬“网红打卡地”及出行指南。同时，结合五一、十一黄金周、节假日及孔子文化节等重大重点时段开展文旅嘉年华活动。结合济宁市举办的体育赛事、演唱会等活动，推出“跟着赛事、音乐游济宁”专题旅游线路，以及系列优惠措施，放大节会、赛事宣传效应。

如今，济宁正以“诗和远方”解码消费新方式，通过“文化场景化、场景消费化、消费年轻化”，让这座运河之都书写文旅促消费的时代新篇。



随着定制化活动开展，微山湖湿地公园客流量将显著提高。