



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。

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湖景区游玩。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‘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。