

# 山东假日文旅“春”意盎然



记者 乔显佳 济南报道

## 景区发布“游客画像”

清明假期,哪些人在旅游?喜欢什么样的消费方式?

青岛红树林度假世界首次向媒体发布清明假期比较清晰的“游客画像”:山东省内客源占比达71%,高于2024年同期68%数字,显示在清明假期,省内游、周边游的比重继续加强;从游客年龄段分析,1至39岁的游客占比为62%,明显高于去年,更高于前年,显示年轻客群对清明假期旅游市场的参与持续提高。以上“游客画像”为旅游目的地运营提供清晰指向。

青岛红树林度假世界副经理王震建议,年轻人更青睐时尚消费产品,像一些网红产品、创意打卡游、特色美食、娱乐对这一群体有着巨大吸引力,作为景区目的地应该投其所好,这也是旅游供给侧改革的方向。整体看,红树林度假世界推出的针对年轻人的产品均受到欢迎,爆款像第二届繁花艺术节、音乐派对、文创市集等,多达几十种。由于游客趋向年轻化,有关亲子互动体验产品很火。

## 回归品质,淡化接待数字

清明假期,一批景区收获“骄人”的数字,据介绍,德州齐河泉城欧乐堡度假区梦幻世界游客量提升50%以上,动物王国提升20%以上;淄博红叶柿岩游客量同比增加四成;济南章丘明水古城商业增幅约20%;青岛红树林度假世界游客增幅约8%,临沂市平邑县沂蒙山龟蒙景区游客增长25%,云蒙游客增长20%,客源半径拉长;临沂费县天

韩小梅 济南报道

济南30家景区清明纳客174.85万人次

4月6日,记者从济南市文化和旅游局获悉,清明节三天假期,济南市重点监测的30家景区共接待游客174.85万人次,营业收入5119.10万元,同比分别增长7.43%、2.42%,其中:天下第一泉景区接待游客78.27万人次,千佛山风景名胜区接待游客14.52万人次,方特东方神画接待游客4.32万人次,融创文旅城接待游客6.90万人次,野生动物世界接待游客5.05万人次,济南动物园接待游客10.56万人次,明水古城接待游客5.38万人次。

重点监测的鲁能贵和洲际、喜来登、山东大厦、鸿腾国际、九如山民宿、若谷山居民宿等20家旅游住宿设施累计接待1.94万人次,实现营业收入969.70万元,其中鲁能贵和洲际酒店、银座佳悦酒店客房出租率超过90%。全市接待持证住宿旅客41.8万人次,同比增长7%。

为丰富假日文旅市场,济南市文化和旅游局早筹备、早部署,联合区县文化和旅游部门推出登山踏青、快乐亲子、乡村采摘、浪漫赏花、诗意露营五大主题近60项文化旅游活动,10条春日精品旅游线路以及多种优惠措施,积极引导各文旅企事业单位做好假日文旅市场各项准备工作,让广大市民放心出游,饱览春日美景。

2025年清明假期已于6日圆满收官。记者采访中了解到,假期市场显示,旅游目的地格局发生深刻变化,释放出重要信号。



游客清明假期到红叶柿岩旅游区争睹“云上的郁花园”。

蒙景区4日纳客超过1.6万人次……

某地质生态类景区总经理表示,其游客量同比减少约2000人;某知名主题乐园相关负责人透露,其首日游客量“不如去年”……记者注意到,今年,包括台儿庄古城在内的一批著名景区在发布数据时,少见的未提接待数字。

客流下降的景区不必“难为情”,因为“带头大哥”也降了——由于泰山景区今年清明节实施了最严格的限量错峰措施:4日下午、夜间暂停售票,5日全天停售门票,没有提前预约的游客当日既买不到票更进不了山,但当日仍有7.9万名游客登山(去年清明假期第二天9万余人)。据统计,4月4日0时至4月6日24时,泰山景区累计接待进山游客174069人,比2024年同期减少16.25%,为历年清明假期“第二高”。这个假期未出现超大客流(单日超过8万人次)。

泰山此次客流下降,景区主动选择占重要原因。社会的发展,人们对消费质量的重视度日益提高。泰山景区强调,假日旅游必须坚持“安全第一、舒适度第二、收入第三”分配工作。

## 无门票、免费景区红火异常

采访中,资深旅游职业经理人、济南融创文旅城副总经理李爱敏分析,清明假期部分景区之所以客流下降,既与市场上旅游产品供给充分,竞争持续加剧,游客被分流有关,也与时令更适合外出赏花踏青,分走部分主题类景区人气有关。除此之外,还与景区自身营销策略有关——如果前期促销力度太大,将导致客流透支。她认为,当下景区若想在假日比拼中占优,既要好的产品内容,又要有强力的促销手段,只做一

样很难有好的效果。

6日,记者在济南章丘绣源河景区看到,在此户外露营的市民游客非常多。假日中涌现出一种新的旅游方式“躺游”,这些游客在树荫下、帐篷里一睡就是大半天,尽情享受假日闲适时光。

“清明节作为一个国家的公共假期,从旅游市场的角度来说,今年最大特点就是家庭市场占主体,举家出游是最常见的组织形式。”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说,各旅游企业精准地把握住这一特点,推出很多针对性非常强的产品满足市场需要。

在家庭出游中,“孩子”成了决定性因素,家长乐意带他们去一些博物馆、非遗和民俗展演场所,让他们增强对中华优秀传统文化的接触,提高审美感知力。客观上,也分流了收费景区的人气。

# 新玩法“解锁”山东别样春光

记者 孙远明 济南报道

3天的清明假期落下帷幕,国内旅游市场出现春季首个出游高峰。交通运输部的数据显示,清明假期预计全社会跨区域人员流动量约7.9亿人次,比去年同期增长7.1%,创清明假期出行量新高。

从景区的“战绩”和OTA平台的数据来看,山东文旅市场“热气腾腾”,通过“节气+文旅”模式,将传统文化与现代消费深度融合,催生出多元消费新场景,在全国旅游市场中表现亮眼。记者从山东省文化和旅游厅获悉,清明节假期,全省共接待国内游客2387.0万人次,国内旅游收入199.6亿元,按可比口径,同比分别增长9.9%和10.2%,分别高于全国平均水平。其中,全省重点监测的200家旅游景区,累计接待游客829.2万人次,营业收入43899.3万元;同比分别增长11.8%、12.0%。

携程数据显示,受假期时长限制,清明期间短途游、周边游是市场主力,山东机票订单量同比增长14%,周边游订单量增长11%,济南居民赴青岛、淄博,青岛居民赴济南、潍坊的短途游订单量增长显著,高铁1小时生活圈效应凸显。

这个假期,随着气温回升,赏花游成为春日“顶流”,山东借机解锁出更多赏花新姿势。天蒙景区推出“低空”产品,直升机云海穿行和俯瞰花海为旅客带来独特

的出游体验,滑翔伞从海拔1000米的悬崖弹射起飞越天蒙。2025世界牡丹大会及第34届菏泽国际牡丹文化旅游节即将启幕,“簪上牡丹花”的公交站牌勾画出春日浪漫,市民游客候车时仿佛置身花海中。早期牡丹品种渐次开放,曹州牡丹园、曹州百花园、天香公园等景区迎来“花海人潮”景观,菏泽城区2000余名学生身着汉服齐聚曹州百花园,以韵味十足的古诗词朗诵活动,营造了别样的文化氛围。

除了赏花,踏青登山徒步也大受人们欢迎。这个假期,泰山、崂山等山岳型景区热度飙升。游客的热情背后,是“轻户外”风潮的全面渗透,携程数据表明,短途徒步、亲子登山等轻量化运动受追捧,成为家庭出游首选。户外运动的火热,也带动了户外休闲装备的热销,推动“健康消费”持续升温。冲锋衣、徒步背包成了店里的热销单品。以某知名购物平台为例,一些户外热门运动单品,如运动手表,成交额同比增长287%,运动外套同比增长181%,户外鞋靴同比增长144%,自行车整车同比增长131%。

清明的“节气”属性,让这个假期多了层民俗味儿、文化味儿,各地推出的放风筝、簪柳、祈福等诸多传统民俗活动丰富多彩,这些活动重体验感、参与感,吸引游客纷至沓来。千佛山“三月三”民俗文化庙会期间安排了庙会市集、登山打卡、袈裟

仪式、花神巡游、南狮演出等精彩活动。淄博鲁山溶洞群风景区、牛郎织女景区推出了踏青祈福与风筝放飞、民俗问答挑战、簪柳造型拍照挑战等活动;周村古商城景区举行沉浸式“清明雅集”主题文化旅游系列活动,以传统节庆为节点,让游客沉浸式游览古商城,踏青寻古、品茗斗诗、穿汉服、制纸鸢,感受鲁商故里周村的文化魅力。聊城市运河文化博物馆、铁塔文化博物馆、乡村记忆博物馆、东昌府区博物馆、高唐县博物馆纷纷推出手工创意活动,孩子们通过亲手体验青团、菊花、纸鸢、艾草肥皂等的制作过程,在体验中普及清明节及相关历史知识。

值得注意的是,从旅游市场来看,近来出现“反特种兵”式消费风向,清明假期表现明显。受制于假期时长,以慢节奏为特点的“慢旅行”取代高强度打卡,成为游客释放压力的新选择。比如,贴近自然的露营、采摘人气高涨。据美团旅行数据显示,清明小长假期间,露营搜索量同比增长132%,露营基地搜索量同比增长146%,采摘搜索量同比增长107%,草莓采摘、蓝莓采摘、桑葚采摘均为当季热门采摘项目,亲子采摘园搜索量增长124%。位于威海的里口山风景名胜、昆嵛山樱桃花海、石岛赤山景区等成为当地热门打卡地,游客在赏花的同时,还可体验蔬果采摘、茶园品茗、骑行露营等特色项目。