

多雨双节,暖心“晴天险”诚意补场

连阴雨未减游览热情,好客山东实现口碑热度双赢

长达8天的“双节”长假已经结束。和往年不同的是,这个假期赶上了连日阴雨,为游客出游带来了不便。不过,在绵绵阴雨的天气里,山东多家景区不仅为游客送上暖心的举措,还创新推出“晴天险”邀请游客“晴天再来”,展现了“好客山东”的浓浓暖意。

与此同时,山东文博场馆内游人如织,“逛馆热”不断攀升;山东各景区还上新、焕新丰富产品。在这个多雨的“双节”假期,山东文旅市场成绩亮眼,口碑与热度双赢,交出了一份“岱青海蓝”的高质量答卷。

记者 张宇宁 报道

一份“晴天险”展现“好客山东”浓浓暖意

位于日照的五莲山风景区在8天假期里赶上了6天的阴雨天。为了最大限度降低雨天对游客的影响,五莲山风景区准备了大量的雨衣、热水、面包等物资供游客使用。不仅如此,景区还为游客送上一份暖心的“晴天险”,国庆假期(10月1日-8日)期间,只要景区营业时间内下雨,当天购票入园的游客,凭纸质门票原件或电子票原始订单,就能在2025年10月31日前免门票再次游览景区。五莲山风景区营销总监苏占昌告诉记者,考虑到假期不少来到景区的游客玩得不尽兴,推出这份“晴天险”,游客可再次来到景区看秋景,让游客不留遗憾。

记者了解到,推出“晴天险”已经成为“双节”期间山东各大景区的默契。山东文旅·红叶柿岩旅游区,山东文旅·临朐沂山风景区,沂蒙山龟蒙、云蒙景区等一大批景区均免费邀请游客“晴天再来”,部分景区的“再约”时效甚至长达一年,成为山东假日旅游市场的暖心亮点,更是赢得了广大游客的口碑。

中国旅游协会副会长、山东省旅游行业协会会长、山东大学旅游产业研究院院长王德刚认为,“晴天险”展现了景区站在游客角度思考问题、充分考虑游客利益的运营思路,体现了景区运营从“管理者”到“服务者”的转变。“当遇到特殊情况时,山东景区充分考虑到所有的可能性,把服务做得越来越细致,这也是‘好客山东’好客精神的具体体现。”

文博玩法精彩纷呈 “逛馆热”不断攀升

这个假期,大量游客涌入了不受天气影响的文博场馆,“逛馆热”成为假期亮点。

■ 相关新闻

假期我省200家重点景区纳客2966.6万人次

记者 王昕珂 报道

10月1日-8日,全省重点监测的200家旅游景区,累计接待游客2966.6万人次,营业收入15.5亿元,比上年国庆假期分别增长8.0%和5.0%。全省公共文化场馆累计服务582.7万人次,比上年国庆假期增长11.6%。

此外,携程发布的《携程2025国庆中秋双节旅游报告》显示,北京、成都、上海、西安、重庆、武汉、广州、青岛、南京、杭州位列热门目的地Top10,山东整体旅游订单



济南九曲黄河万里情客流火爆。 图据九曲黄河万里情公众号

山东各大文博场馆为游客提供了丰富多彩的新展览、新玩法。山东省文化馆举办“宁阳遗韵,匠心传承”非遗集市,引入非遗美食进行现场制作,给观众提供沉浸体验;山东美术馆“流动的敦煌”沉浸式数字艺术展,让观众在时间宽松的假期徜徉数字时代感受科技魅力;济南市博物馆开展非遗螺钿首饰制作、古籍修复体验,让观众可以动手,增加了参观的互动性;聊城市17家文博场馆打造“文博场馆里过双节”品牌,其中运河文化博物馆举办“千里运河月·一脉传承情”主题活动,铁塔博物馆开展“战舰启航 共贺华诞”DIY战舰活动。

丰富玩法带动下,山东“逛馆热”不断攀升。仅10月1日当天,山东博物馆累计接待观众达到19852人次,并在整个假期内保持着极高的热度。

新的文博场馆也成为游客青睐的“尝鲜”打卡地。全新开幕的山东古建筑博物馆假期首日计划接待2000人,但游览人数不断突破预期值;10月4日当天,山东古建筑博物馆参观人数达到12000人次,热度持续上升。

与此同时,为了应对假期内游客高涨的逛馆需求,山东多家文博场馆还延长开放时间,让游客逛馆体验“更上一层楼”。

景区蝶变 产品上新 为游客打造全新体验

整个假期,山东各景区还上新、焕新文旅产品及玩法,为游客打造了全新的游玩体验。

济南在假期内上新九曲黄河万里情、鹤山生态文化区新园等多家景区。九曲黄河万里情打造集文化体验、特色

餐饮、休闲娱乐、非遗展示于一体的文旅消费新场景,成为激活区域夜间经济、擦亮黄河文旅品牌的新标杆。鹤山生态文化区新园则以“新南洋温室花园氧吧”和“城市微度假目的地”的新定位成为假期热门打卡地。而假期刚刚开业的临沂文旅度假新地标蒙童胜境“开园即爆”,10月7日当天甚至火到限流。

王德刚认为,今年“双节”假期,山东传统景区升级蝶变也是一大突出特点。

济南趵突泉上演《趵突夜画》,打造集文化体验、艺术观赏、科技互动于一体的沉浸式夜游新空间,带领游客开启一场穿越时空、梦回千年的夜游之旅。济南长清灵岩寺景区以“医道源流 禅境生辉”为主题,推出汉文化实景演艺,带领游客穿越千年。东营市孙子文化园“兵圣故里·春秋有戏”奇幻秘境游,通过全新开放的《寻找孙武》舞台剧与兵法智慧体验让游客深度沉浸感受兵圣传奇,打造沉浸式国漫新体验。德州589街区上新大型实景演艺《德运星河》,运用最新的声光电科技演绎德州千年历史文化,为游客送上震撼的沉浸式视听盛宴。“山东传统景区通过新场景,特别是活态场景的打造,改变了曾经以观光为主的状态,这些都是传统景区在文化和旅游深度融合方面结出的硕果。”王德刚表示。

最终,多雨的“双节”假期,山东文旅火热依旧。《携程2025国庆中秋双节旅游报告》显示,山东整体旅游订单量同比增长10%,高于全国均值;其中青岛增18%、日照增23%、泰安更以72%的涨幅领跑全国地级市。“好客山东”用真诚待客的暖意、“出圈”又“出彩”的实力,交出了一份亮眼的“双节”文旅答卷。

记者 郭辰昊 报道

日照新青年音乐节、青州九龙峪青年音乐节、青岛奇幻森林音乐节……这个国庆长假,山东要被音乐节“挤满了”。8天假期,如何在十余场阵容华丽、风格迥异的音乐节中做出选择,成为山东乐迷甜蜜的烦恼。在音乐节愈发火热的当下,“音乐节+旅游”的文旅消费模式逐渐成为新的潮流并受到各地青睐,山东正凭借深厚的文化底蕴和庞大的消费市场从中脱颖而出。

记者观察发现,十一假期期间举办的音乐节,单个艺人、乐队的表演时间集中在40到60分钟,单日艺人、乐队数量多为8到13个,最多的可达到19个。多元化曲风和艺人的搭配正成为年轻人热衷于音乐节的重要原因。日照新青年音乐节总导演王涛在接受采访时表示,以新青年音乐节的用户画像为例,18到30岁的乐迷占比接近90%。

“独特的体验感是很多乐迷所追求的。”王涛表示,高兴了就在前面蹦,蹦累了就到后面躺一躺,这种松弛感是音乐节特有的,乐迷完全不会有演唱会的拘束感。其次,音乐节还有很强的社交属性。日照新青年音乐节恰逢中秋佳节,在乐迷群和王涛社交媒体的评论区里,大家除了和往常一样交换物料外,还会定制带有艺人、乐队图案的月饼进行交换。“音乐节是一个媒介和平台,大家在这里有了共同的情绪价值追求,能够快速拉近彼此的距离,这也是音乐节越来越受欢迎的原因之一。”

如今,音乐节早已不只是有音乐,还融合了市集、露营、国潮、非遗等多元业态。资深摇滚乐迷小冯表示,日照新青年音乐节从日落到日出的创新模式就是最吸引他的一点,能和女朋友一起度过,让他感觉很浪漫。这也是王涛设计这种模式的初衷,他认为现在音乐节的落脚点更应该放在“节日”的概念上,这更能迎合年轻人的思想,“人生不过几个瞬间,乐迷对于我们推出的这种‘限定时刻’都充满期待。”

“大众越来越热衷于体验型消费,对年轻消费群体来说,情绪价值正成为他们买单的重要驱动力。”中国演出行业协会副会长兼秘书长潘燕认为,情绪价值消费如今已是演出市场的风向标之一。

8天假期,有十几场音乐节在山东举办。能够如此大规模、高密度地举办音乐节,与政策支持密不可分。目前,山东对大型营业性演出实行“容缺预审”,推行审批告知承诺机制,受理审批时限由法定的25个工作日压缩至10个工作日。

实际上,山东一直是全国名列前茅的“音乐节大省”。2024年,山东、江苏、浙江、广东四省票房达到全国大型音乐节票房的43.9%。新青年音乐节作为山东省走出的标杆IP,入选了全省第一批旅游演艺典型案例名单。

在新青年音乐节的乐迷群体中,外地乐迷占比接近80%,省外乐迷占比更是超过50%。“这与‘好客山东’的品牌背书有很大关系。”济南大学文化和旅游学院副教授孙竞表示,山东北临京津冀,南接长三角,正好处于两大经济最发达区域的节点上,这两大经济圈的游客来访甚至无需乘坐飞机。

“未来音乐节更多的是拼服务,拼体验,拼创新。”王涛认为,音乐节的热潮肯定会持续下去,但以后赛道会更加规范化。去年,1000万以上的项目在全部大型音乐节中占比提升11.5%,王涛预计,在未来音乐节票房向头部项目集中的趋势将会愈发明显。

这个国庆,山东被音乐节「挤满了」

8天假期办了十多场