

国庆假期短途游本地游唱主角，催生更多新玩法 即兴度假成趋势，新潮户外受青睐

国庆假期已至，旅游市场再迎高峰。多家在线旅游平台发布的预测报告显示，国庆期间，景区、酒店、玩乐、餐饮等本地消费业态搜索热度大涨，本地游、周边游及省内短途游仍是消费主流，自驾游、休闲户外游、红色旅游、亲子游、乡村游成为热门选择。

记者 李睿 程凌润

碎片化出游需求更突出

携程数据显示，今年国庆期间，用户出游的本土趋势明显，本地游、周边游的订单占比超过六成。途牛旅游网数据显示，受不确定因素影响，用户出行预订周期进一步缩短，碎片化出游需求更为突出。美团数据介绍，超五成用户在出游前3天内甚至当天才开始寻找本地及周边休闲度假的好去处。可见“即兴度假”成为国庆出游的新趋势。

短途游虽占消费主流，玩法却十分多样。其中，户外休闲游是一大亮点，露营依然是大热门。携程数据显示，国庆露营引领周边游热潮，今年订单量同比增长超10倍。大众点评上，“郊野公园”“露营”“登高”等搜索热度明显增长。随着秋收季节来临，挖藕、割水稻、捉鱼等秋收体验类产品也深受游客喜爱。

乡村游订单数量快速上涨，携程发布《2022年国庆预测报告》显示，国庆黄金周乡村旅游产品订单量同比增长36%，乡村民宿预订量同比增长近三成。在乡村旅游的客群中，亲子家庭占比35%，远高于其他旅游业态。

今年7月以来，以“夜游”为关键词的搜索量同比增长177%，国庆期间，各地各景区推出了丰富的夜游产品，点亮假期夜生活。山东省推出“秉烛游山东”线上文旅活动，打造出十条精品夜游线路和十大夜游主题线路。活动体验场景从傍晚时分到深夜，重点围绕“夜宿”“夜游”“夜集”等，将一地的吃喝玩乐游购娱的全线体验串联起来。在济南，天下第一泉景区推出“泉水行舟·别样感受”欢度国庆金秋游船专线。夜游航线在传统的游船基础上，增设民乐演出、古筝演奏和歌手演唱，打造全新的船游体验。

不仅景区，夜间文化和旅游消费集聚区也是热门选择，截至目前，全国夜间文旅消费集聚区已达243个，这些集聚区具有鲜明的文化主题和地域特色，涵盖观光、餐饮、娱乐、休闲等多种业态，成为市民游客休闲娱乐的好去处。



假期短途游仍占主流，济南野生动物世界亲子游受欢迎。

骑行一日游搜索热度增80%

携程统计发现，在平台下单国庆产品的用户中，90后、00后占据“半壁江山”，订单占比分别为42%和7%；80后占比35%；而国庆黄金周的团队游产品，平台主要预订人群年龄也集中在25岁至30岁之间，即90后、95后人群。

对于年轻群体而言，飞盘、骑行、尾波冲浪、皮划艇、腰旗橄榄球等各类轻户外运动成为该群体关注的热门体验项目。针对年轻消费群体，各平台以自然探索、自然野奢、自驾、徒步、摄影、房车等户外主题为主，打造了一系列产品，携程围绕年轻人的喜好推出了新潮的户外运动游玩产品，近期平台上飞盘、皮划艇、骑行一日游产品的搜索热度分别增长50%、74%和80%。

酒店沉浸式度假依旧火爆，高端民宿、乡村度假酒店以及自带乐园、动物园、休闲娱乐设施的高星级酒店，在今年国庆呈现“一房难求”的景象。携程数据显示，截至9月26日，今年国庆期间度假酒店平均订单花费金额，同比去年增长8%左右。2022年10月5日至7日的酒店预订均价，相较于10月1日至4日提高3%。国庆假期北京、上海和广州的酒店预订均价，同比去年国庆假期分别上涨21%、11%和1%。

■相关新闻

济南25家景区假期首日 纳客11.21万人次

假期首日，济南市中雨转大雨，给出行造成较大不便，却难挡市民游客出游热情。截至10月1日14:00，全市25家重点监测景区总共接待游客11.21万人次。

根据济南市文化和旅游局发布的2022年“国庆”假日文旅简报，截至10月1日14:00，全市25家重点监测景区总共接待游客11.21万人次，其中天下第一泉风景区接待游客2.27万人次，印象济南·泉世界旅游景区接待游客4.8万人次，济南融创乐园接待游客1万人次，方特东方神画接待游客0.8万人。

全市交通客运共发送旅客17.48万人，其中铁路运输旅客10.54万人，公路运送旅客5.01万人，民航运送旅客1.93万人；持证住宿旅客8.01万人。

假期期间，济南市A级旅游景区严格落实“限量、预约、错峰”要求，对所有入园游客进行扫码测温，查验核酸检测阴性证明；星级饭店、旅游民宿严格落实“两查一检”措施，主动对外来人员开展排查。

记者 程凌润

9月30日晚，济南经十路两旁再次亮起绚丽多彩、震撼人心的光影秀，正在经十路附近的市民、游客纷纷举起手机，分享这场光影盛宴，共同庆祝国庆节到来。

两天前，此次国庆节楼体灯光秀的主创团队还在加班加点地忙着最后的楼体动画上传。

记者 李梦瑶

13幅楼体动画 祝福祖国

9月30日晚6:30，济南东部城区灯火辉煌，流光溢彩，夜幕之中，一栋栋楼体外立面幻化出一幕幕别开生面的画面：翻动的“中国红”欢腾热烈；轮番呈现的泉城建筑、文化、科技、体育等元素，让人穿梭于艺术与科技、自然与现代之间。接下来的3天里，济南市民都可以享受这场璀璨的人间灯火。据了解，此次灯光秀共设计13组楼体动画，19个宣传标语，传达出济南迈向国际大都市铿锵有力的步伐，更展现出泉城人民的精神面貌。正在万象城附近游玩的市民郑先生一家不禁驻足，享受此刻的光影盛宴：“不知道该怎么表达，一种莫名的自豪感油然而生，济南越来越有国际大都市的样子了！”

如今，每逢节假日、纪念日，济南人就对夜晚有了不一样的期待，“楼体灯光秀”已成为济南一张新的文化名片。

另一边，这组灯光秀的设计单位——奥斯福集团值班室内，副总经理王希强透过窗户看着远处光影交织，暂时松了一口气，他们是济南楼体灯光秀的重要参与者，目前承担着济南自山大路到凤凰路，涉及历下区、市中区、天桥区500余栋楼体亮化、近百栋楼的楼体灯光秀设计、施工和管理维护工作。

动画设计最需要的是灵感

“最难的部分是前期根据主题进行动画设计，只要设计出来，再把动画铺在各个楼体上，根据楼体外观进行角度微调就可以了。”灯光秀动画设计师周沥泉说。

“做动画设计，最重要的是灵感，因为参与了多次济南节假日楼体灯光秀设计，积攒了一些素材，更重要的是对济南城市发展、人文环境的认识越来越深刻，所以思路很快就有了。”灯光秀主创人李莘说。

金秋美景、盛世中华，泉城元素、活力济南、现代化都市……李莘的想象一点点在脑海勾勒，并落到画面上：以红、蓝、黄为主调，颜色有跳跃感，更灵动，展现出济南的活力；有的画面要注重铺陈渲染，烘托节日的氛围；有的动画要注重线条勾勒，既要体现满满的科技感，又要体现出泉城的人文环境，还要致敬最平凡劳动者。

团队设计的这13组动画中，有一幅以夜空蓝为背景，再用线条勾勒出泉标、济南CBD剪影、济南地标等，还将天坛和维多利亚港等国际标志性建筑元素融入在一起，传递出希望世界能够看到祖国开放、包容的姿态。

动画设计出来，如何在楼体上展现出来？周沥泉指着电脑展示，目前全市的楼体点位全被写入电脑，想看哪条路上的楼体都能调出来。“这是经十路，这条路上的一个个小方格放大就是一栋栋可以展示灯光秀的楼，我们设计好动画后，需要做的就是将13幅动画一个个铺在楼体上，此次楼体灯光秀有80余栋楼，每栋楼都需‘量身定制’，再根据楼体分布的位置、形状调整角度，这是个耗时间的‘体力活’。”



扫码下载齐鲁壹点
找记者 上壹点

编辑：于海霞 组版：刘淼

烧烤遛娃望星空，近郊露营好惬意 各式装备越来越精细，销量也跟着上升

草坪、湖畔、山间……择一方空地，坐地为席，与星空共眠。这个国庆假期，济南的近郊城市露营地颇受欢迎，露营爱好者们带上帐篷与天幕，到郊外、草地、树林、湖边，在手可摘星辰的露营中，感受“桂魄初生秋露微”，遥望“月到东南秋正半”。如今，城市周边的露营地越来越完善，各式露营装备销量也在持续上升。

记者 田汝晔 徐宁

“露营+”探索更注重体验感

国庆假期前，山之谷露营地主理人段宏林在朋友圈晒了一组照片。照片中浓浓烟火气扑面而来：露营爱好者们有的享受着精致下午茶，有的拿着吉他轻弹一曲，孩子们绕着帐篷拍照嬉闹，他配文写道：“露营全面开工，欢迎到山之谷露营地度假。”

自9月20日开放以来，段宏林的营地几乎天天都有露营爱好者前来看感受和体验。“与其他营地不同的是，我们主打的是不过夜露营，不过夜露营是现在很火爆的一种方式。”段宏林介绍，自己所开的露营地距离市区非常近，“可以说是骑电瓶车就能到达的距离”，这对于既想在白天体验到露营快乐、又想晚上回到家中休息的一部分人群来说，是一种非常好的选择。

在段宏林的营地，可以提供场地租赁、装备租赁、餐饮配套等相应服务，也给更多的人群提供了休闲和娱乐的空间，“普通家庭的需求会比以前更多。出来遛娃的家庭更是占露营很大的比重”，段宏林非常看好“露营+”模式的探索。

在这里，“露营+团建”“露营+研学”“露营+下午茶”……随着露营的社交属性不断增强，不少露营爱好者在户外打造各种场景，与家人、朋友进行各类活动。“目前，我们营地预订量在90%左右，10月4日之前差不多满营了，4日至7日还有少量营位。”段宏林表示，希望通过城市近郊露营这种“闹中取静”的特色玩法，能让露营爱好者慢下来、留下来。

露营装备稳占户外产品C位

从一个小众爱好成为刷屏社交平台的“流量密码”，并逐渐扩大到一种生活方式。露营风起，也带来了户外出行相关产品的热销，让露营经济成为消费的“新风口”。

作为深度露营爱好者，李尚周今年的生日就是以露营的方式度过的。“在户外露营既舒服又安静，可以晒晒太阳放空自己，没有城市里的喧闹。”两年前，李尚周喜欢上了露营这项户外运动。从简单的野餐开始，他只是带一些遮阳装备，试图追求精致版的露营体验，到现在，他一口气入手两款大小和材质不同的帐篷，再加上天幕、卡式炉等装备，他更在意露营体验的舒适和便捷。李尚周感慨，

“有山水、朋友和美食，这是很好的解压方式，也是我向往的生活！”

李尚周早早地就计划好了国庆假期的露营之旅，“我提前订好了露营地的营位，就等着放假了和朋友们一起出去玩，想想就惬意。”

小红书数据显示，截至2022年9月，“露营”已有448万篇笔记，“露营装备”有68万篇笔记。

在迪卡依济南燕山店，车顶帐篷和金字塔帐篷摆放在商场入口处最显眼的位置，帐篷里摆放着折叠桌椅和各种露营小物件，消费者可以坐下来感受露营的闲适与惬意。迪卡依济南燕山店部门经理杨博如介绍，从去年开始，露营装备的客流量较往年增长了近一倍，今年比去年客流量又有近60%的增幅。大家参与露营等户外活动的热情比较高涨，尤其是今年，超过90%的家庭出游客户群体前来选购露营装备。

“我们也把露营商品放到了商场入口最显眼的位置，从占地面积、产品款式和种类来说，更加全面了。”杨博如介绍，露营体验逐渐从“小众”走向“大众”，受消费群体需求变化的影响，露营产品变得更加精细化和专业化，以此来满足不同消费群体的不同需求。