

曾经心急火燎地赶路，而今在时间的挥霍中自得其乐

脚步减慢注重享受，假日旅游“画风”变了

中秋、国庆“超级黄金周”期间，记者来到济南南部山区景区采访，感受到一番与以往长假有所不同的“画风”。记者对比近二十年来国内旅游市场情况，可以清晰感受到市场脉搏和人们消费习惯的变迁，旅游变得越来越生活化，注重享受成了假日底色。

▶游客专注于自己内心的需求，怡然自得。

文/片 记者 程凌润 乔显佳

拜月大典、宋风市集 传统民俗成泉城旅游亮点

济南市文化和旅游局精心组织推出了一批极具特色的文旅融合产品。其中，济南天下第一泉风景区开展了中秋节民俗体验活动，邀请游客现场制作月饼，弘扬传统民俗。印象济南·泉世界举办了第六届中秋拜月大典，依托中华传统文化拜月仪式融入非遗文化，以“中式美学+传统演绎”开展一场精美绝伦的演出盛事。济南方特东方神画以国风盛典为主题开展“庆双节”活动，古风市集、万国来朝剧本杀、国潮花艺美陈、国庆红街、潮起东方系列演出、国潮华裳巡游、神画盛世宴等营造热闹非凡的节日氛围。

济南千佛山风景名胜区推出沉浸式游园会——宋风市集，通过月夕良辰、中秋雅韵、传统演艺等八项活动，让市民游客穿越千年，体验宋风文化。

九顶塔景区举办“赶秋节”活动，游客可参观少数民族村寨的民俗、民居，欣赏精彩的原生态民族歌舞演出。莱芜雪野乡村度假区举办“共赴圆月之约，同贺祖国之诞”活动，每天都有不同主题的体验项目，既满足了市民游客节日休闲的需要，也使中华优秀传统文化得以传承和创新。

济南南山一景区 做支口红过佳节

9月29日下午，记者在济南南山九如山诺曼堡文创体验馆看到，很多



家庭游客正在其非常有特色的木结构建筑空间里，怡然自得地享受手工制作乐趣。

近几年，九如山景区主动舍弃部分观光市场，将精力转向中高端度假消费市场，其中最具标志性的是推出号称“江北最大”的民宿聚落，由传统山水观光风景区变身为度假风景区。在游客体验等方面也做了很大的调整，自2020年伊始，不再销售传统门票，改为打卡游，悄悄“卖”起了环境。

继打出“研磨时光”（自磨咖啡）、“铁木臻”（铁艺）、“牛烘烘”（自助烘焙）等打卡游项目之后，今年双节前夕，又推出“口红”“香水”“蜡烛”“美甲”“饰品”……多项游客手工体验项目。购买九如山打卡游门票的游客在景区优美的山居环境中沉浸式体验，感到非常新鲜。

80后济南游客范先生见女儿玩得专注，自己也忍不住上手制作口红。领到一套设备材料，选择心仪的的颜色，按照动作要领，向玻璃器皿中加入配料，经过加温和搅拌，形成红色的液体，倒入模具，等半个小时，一支口红就做成了。

在文创体验馆，除了制作口红，还可以做香水、蜡烛。

推出上述浪漫体验项目的九如山景区，游客脚步明显慢下来，也少了大声喧哗。取而代之的是静静躺卧欣赏风景，或凭窗而坐，玩会儿手机或发会儿呆。旅途中少了急躁，自个儿在时间的挥霍中自得其乐。

越来越多的游客 开始真正享受假期

我国自1999年推出“五一”“十一”黄金周度假制度后，大众旅游时

代加速到来。2003年参加工作的记者，从媒体人角度见证了近二十年黄金周的变迁。

2003年十一国庆黄金周，国家假日办发布通告，全国共接待游客8999万人次，旅游收入346亿元。此后若干年，每个黄金周在接待游客量和旅游收入两项，同比增幅几乎都在10%以上。国内旅游市场进入黄金发展期。接下来的2004年、2005年，重点旅游目的地屡屡出现市场井喷。

近十年后，2012—2013年期间，国庆黄金周的热点是小客车免费和景区涨价。国内很多知名景区门票越过百元大关。景区涨价潮引起社会群众和大众媒体诟病，进而引起国家有关部门的关注，促使国民休闲纲要和旅游法加速出台。随着自驾游的兴起，旅行社团队出游的比例被一再压缩，公务旅游不可逆地向家庭散客出游方式转变。在此期间，各地景区推出大量旅游节庆。客源大战如火如荼。

在全社会普遍反映的“挤、挤、挤”声中，每次旅游假日之后，都会引发社会各界长久的反思。在此情形下，越来越多的有识之士呼吁，落实职工带薪休假的必要性。专家则意识到，旅游业从单纯观光向休闲度假转变不可阻挡。

从2023年中秋、国庆黄金周的见闻，对比10年前、20年前旅游黄金周，记者明显感觉到“画风”大变。尽管旅游业仍在为“市场消费压力释放”而担心，但游客已经变得相对成熟，越来越多的人开始真正地享受假期。旅游业向着高质量发展稳步迈进。

相比当年很多游客心急火燎地赶路。如今，一支口红过佳节，依然觉得很快。

全国铁路单日旅客发送量首破2000万人次

新华社北京9月30日电 记者30日从中国国家铁路集团有限公司了解到，29日，全国铁路发送旅客2009.8万人次，创单日旅客发送量新高，这也是历史上铁路单日旅客发送量首次突破2000万人次。

30日，全国铁路预计发送旅客

1760万人次，计划开行旅客列车12180列。

为保障旅客安全有序出行，各地铁路部门强化路地联动机制，共同守护平安旅途。中国铁路郑州局集团公司郑州东站与地方公交集团等市政交通部门密切联动，协同

航空、公交、地铁等相关单位，提供“无缝接驳”服务。中国铁路南宁局集团公司与南方电网贵州兴义供电局等相关部门积极配合，组织电力运维人员对辖区内铁路供电线进行安全用电专项检查，全力保障出行用电安全可靠。

相关新闻

9月30日，中秋国庆假日第二天，山东文旅市场秩序井然、运转良好，无旅游安全事故和重大旅游服务质量投诉。全省重点监测的200家旅游景区，当日接待游客267.9万人次、营业收入19777.7万元，同比分别增长131.5%和169.2%。

丰富产品供给 假日活动多彩纷呈

全省开展“畅游齐鲁·乐享金秋”活动，推出“畅游齐鲁·乐享‘双节’”慢直播，打卡红叶柿岩、趵突泉、灵岩寺、东营黄河口等名胜风景区，走进大明湖开展行进式直播活动，让游客足不出户也能揽胜齐鲁。

各市积极组织丰富多彩的秋季特色文旅活动，进一步拉动文旅消费，促进全省文化旅游市场活起来、火起来、旺起来。济南市以“多彩金秋打卡泉城——济南漫游季”为主题推出六大主题260余项文化和旅游活动，给市民游客假期出游提供丰富选择。济宁市充分利用2023年中国孔子文化节和第九届尼山世界文明论坛成果，策划“文化济宁”9类旅游精品线路，推出18条研学游线路，精心准备了尼山礼乐嘉年华等20余项沉浸式文旅体验活动。东营市以“乐享金秋·畅游东营”为主题，推出“双节同庆·清风市集”、“孤岛槐林金秋艺术季”等十大文旅活动产品，丰富市民游客文旅需求，释放消费潜力。泰安市坚持上下结合，精心策划推出51项市民和游客参与度高的旅游节庆、展销活动，涵盖文艺演出、创意集市、运动赛事、景区嘉年华、音乐美食节、采摘游园会、特技烟花秀、艺术书画展等多个品类。

文旅消费让利惠民 群众出游热情高涨

各地消费政策纷纷落实落地，景区门票减免促销，文旅消费让利惠民，提振文化和旅游消费。枣庄市围绕“上台走运·枣城有戏”主题品牌，打造一批丰富多彩的文旅活动、推出优惠措施，满足游客多样化、特色化的文旅消费需求。淄博市文化惠民活动形式多样，组织开展文艺展演、主题展览、演讲朗诵、送文化下乡等40余场文化惠民活动，线下+线上为群众送上文化大餐。烟台市通过不断完善旅游消费惠民政策，全市星级饭店的餐饮、住宿、购物消费显著增加，各大商场熙熙攘攘，娱乐场所人流络绎不绝，旅游消费需求显著激发。菏泽市曹州牡丹园、浮龙湖生态旅游景区、水浒好汉城等重点景区纷纷推出主题各异的文旅活动，吸引众多游客和市民参与，接待游客和营业收入均大幅增长。

丰富文化体验 满足群众假日需求

假日期间，全省各级公共文化场馆纷纷举办多场各类公共文化活动，延长开放时间，参与群众持续增长。省美术馆践行“两创”方针，弘扬时代精神，举办“齐鲁风华”山东美术精品展；山东博物馆推出“海岱日新”——山东历史文化陈列等多项展陈，组织了“遇见玉兔”“探寻黄河文明”等系列研学活动和多项非遗体验活动，吸引了大批游客。

青岛市依托博物馆资源，举办弘扬传统文化、推介城市历史文化风貌和红色精神等方面展览9项；举办“革命烈士纪念日”研学活动、考古系列视频播映、木版年画非遗体验等特色教育活动。滨州邹平文化馆等单位组织开展“迎中秋、庆国庆”系列群众文艺展演活动，推出多项美术作品展、画展。临沂市41家县级以上公共文化场馆全部免费正常对外开放，陪伴广大游客和市民群众度过一个欢乐祥和、悠哉乐活的精彩假期。日照市各级公共文化服务场馆成为市民游客休闲打卡的重要目的地，当日全市公共文化场馆共接待市民游客2.7万人次。

200家景区接待游客267.9万人次

活动丰富，假日第一天山东文旅市场运转良好