

时评

旅游产品要满足情感共鸣与价值共创需求

□ 熊海峰 朱 泽

今年清明假期，非遗旅游、沉浸式体验、数智科技成为关键词，折射出旅游消费的深层次变革。对于“Z世代”等年轻群体而言，旅游不仅是“空间的移动”，更是“情感的共鸣”与“价值的共创”

万物生长此时，皆清洁而明净，故谓之清明。清明节是我国仅有的节气与节日合一的独特日子，自古便是人们踏青出游、探亲祭祖的重要时节，蕴含着深厚的自然之美与人文精神。今年清明假期，人们出游意愿高涨。大家纷纷走出家门，在游玩中享受美好闲逸的节日生活。经文化和旅游部数据中心测算，清明节假期3天，全国国内出游1.26亿人次，同比增长6.3%；国内出游总花费575.49亿元，同比增长6.7%。

旅游是一种具有异地性、短暂性和体验性的活动，不同的出游选择蕴藏着不同的心理动因。清明假期，人们出游主要受两大动因影响。

一是来源于节气的影响。清明时节，气温上升，此时春和景明，天朗气清，轻风暖日，柳绿桃红，正是踏青郊游的大好时节。清明在古代就已是出游佳日。从今年清明假期旅游出行情况来看，踏青赏花仍然是最大热点。携程数据显示，“南北通吃”的赏花游，清明假期预订量环比增长45%。天津的海棠花、洛阳的牡丹花、武汉的樱花、聊城的梨花、伊犁的杏花、林芝的桃花……祖国大地繁花盛开，处处游人攒动。为更好地提升赏花体验，发展“赏花经济”，各地以花为媒，策划推出形式多样的文旅活动。例如，第42届中国洛阳牡丹文化节以“花 YOUNG 洛阳城”为主题，以赏花为主线，围绕牡丹、汉服、音乐、户外、消费，推出10项主题活动、35项联动活动，为游客带来一场别开生面

的花主题文化盛宴。

随着人们对健康生活方式的追求、对大自然的向往以及私家车数量的快速增长，周边游、户外游、微度假等“轻旅游”成为清明假期游客的热门选择，自驾、露营、骑行、攀岩、放风筝等户外活动广受欢迎。这些旅游形式具有短途短程、轻松随意、亲近自然等特征，受到人们的广泛青睐。同程旅游平台数据显示，清明假期，周边游订单占比达到50%以上。各地出游需求而变，主动迎接旅游消费需求。例如，辽宁本溪关门山景区推出“森林漫步+露营体验”套餐，游客可以在景区内漫步森林，还能够在露营地享受户外野餐，体验别样的休闲度假方式，深受游客欢迎。

清明假期出游的第二个动因源于节日的影响。中华民族历来重视“慎终追远”。返乡祭祖的习俗不仅延续着中华民族的孝道传统，也寄托着生者对先人的感恩与思念之情。同时，人们的返乡之旅也带动了旅游活动的下沉，县、乡、村等地旅游升温。人们利用返乡的契机，选择在当地进行深度旅游，上山采茶、挖笋、摘野菜，下河摸鱼、垂钓，体验与繁忙都市截然不同的闲适生活，既抚慰了心中潜藏的“乡愁”，也带旺了乡村旅游经济。携程数据显示，2024年清明节假期，国内乡村游订单增长了239%，2025年继续保持了良好势头。

清明也是一个缅怀革命先烈、传承革命精神的重要时节。清明假期，

全国各地红色旅游持续升温，大量游客前往烈士陵园、革命纪念馆、红色旅游景区等地，寄托哀思，表达对革命先烈的缅怀之情。重庆红岩革命历史文化中心下辖各景区开展“赓续·2025·清明祭英烈”系列活动，吸引游客和市民超过5万人次。北京市以“缅怀·踏青”为主题，推出26条“漫步北京清明节红色旅游主题游”线路，让市民与游客以庄重且充满仪式感的方式缅怀先烈。

近年来，随着经济社会的快速发展以及人们生活水平的显著提高，清明假期旅游的形式和内涵也在不断丰富和扩展，呈现出一些鲜明的新趋势。从今年清明假期旅游市场情况来看，非遗旅游、沉浸式体验、数智科技正成为关键词，折射出旅游消费的深层次变革。

一是非遗旅游备受青睐。在古代，就有清明时节荡秋千、踢蹴鞠、放风筝、插杨柳等丰富多彩的民俗活动。随着年轻人群对传统文化的认同感与自豪感不断提升，非遗活动逐渐成为清明假期旅游的核心要素。穿汉服、簪柳枝，执素笺、写追思，年轻人在非遗活动中与古人对话，与传统相接。飞猪数据显示，清明假期，包含非遗景点和非遗体验的“非遗研学游”热度同比增长68%。

二是沉浸式体验成为标配。如果说以前的沉浸类项目属于景区的自选动作，如今具有娱乐性、互动性和个性化特点的沉浸类项目已成为景区引流

富有地方文化特色的沉浸式演艺新空间，并运用虚拟现实、全息投影等交互技术，打造旅游新场景。例如，贵州长征文化数字艺术馆“红飘带”项目通过全息影像，让长征“无名英雄”身影浮现，与游客“同走长征路”，将长征历史转化为互动体验场景。

三是数智科技成为提质要件。随着DeepSeek等人工智能大模型以及机器人等具身智能设备的快速发展，大部分景区已经实现了线上购票、扫码入园、大数据预测流量等智慧旅游服务与管理方式，“AI+”成为旅游业高质量发展的重要引擎，为未来旅游业发展打开了全新的空间。例如，景区虚拟数字人导览、智能助手个性化讲解，机器人/狗互动表演等，正成为广受欢迎的旅游新质产品和服务。

今年清明假期，不少地方仍然存在着游人拥挤、交通阻塞、厕所排队、卫生状况较差等假日旅游的通病。未来，还需推动假日旅游从集中走向分散、从景区走向全域、从常规管理走向智能管理，积极培育更多有意思、有意义的节日活动，为游客带来更加丰富与难忘的美好生活需要。尤其是对于“Z世代”等年轻群体而言，旅游不仅是“空间的移动”，更是“情感的共鸣”与“价值的共创”，要关注这些需求，把旅游产品研发与创新传承中华优秀传统文化更好结合起来。

（作者单位：中国传媒大学文化产业管理学院）

来论

景区客流管控不能失灵

□ 余明辉

因人群聚集引发游客喊退票，暴露出个别景区承载能力与管理服务的失衡。只有多方协调发力，才能将游客引得来、接得住、留得下，把一时的流量变成成长久的客流

4月4日，河南开封万岁山武侠城景区大量游客聚集，上千名游客在入口处喊“退票！”有游客称，景区无法承接大量客流且管理混乱，《三打祝家庄》演出需预约，但是程序崩溃无法进入，引发游客不满。5日上午，景区发布通知：因游客量较大实行限流措施，停止线上售票。开封市文化和旅游局回应称，景区确实已达最大承接量，为确保游客安全已通知景区进行优化管理。

因人群聚集引发游客喊退票，暴露出个别景区承载能力与管理服务的失衡。旅游法规规定，景区接待旅游者不得超过景区主管部门核定的最大承

载量。景区应当公布景区主管部门核定的最大承载量，制定和实施旅游者流量控制方案，并可以采取门票预约等方式，对景区接待旅游者的数量进行控制。

显然，作为以沉浸式项目出圈的“网红”景区，开封万岁山武侠城在核定景区最大承载量以及游客数量调控等方面存在应对不力问题。

此外，部分游客缺乏理性规划，盲目跟风前往热门景区，也是导致景区游客数量超过承载量的原因之一。在信息传播迅速的今天，很多游客未充分考虑自身实际情况和景区承载能力等，便匆匆踏上旅程。当发现预约不

上、景区拥堵等问题时，又难以接受现实。甚至有游客没有预约成功就去抢占位置，在清场的时候仍不愿意离开，从而加剧了场面的混乱。

无论如何，游客的不理性不能成为景区推卸责任的借口，景区有责任提前做好预警和引导工作。

此次事件对节假日期间景区做好游客流量调控具有一定的警示意义。

景区应加强自身建设，提升管理服务水平。一方面，要合理规划景区容量，根据实际情况科学核定最大承载量，并严格执行流量控制方案。另一方面，要加强技术投入，确保预约系统能够稳定运行。同时，建立应急预案，提

高应对突发情况的能力，在游客接待量超过最大承载量时能够迅速响应，妥善处理，而非事后被动应对。

政府部门要加强监管和引导。相关职能部门应加大对景区的监督检查力度，督促景区落实各项安全管理规定，同时，要通过发布旅游信息、引导游客错峰出行等方式，合理引导分流游客。

游客自身也要增强理性旅游意识。在选择旅游目的地时，要充分考虑自身的时间、经济条件和体力等因素，避免盲目跟风。游客要提前了解景区的相关信息，做好旅游规划，合理安排行程。在旅游过程中，要遵守景区的规定，文明旅游，共同维护良好的旅游市场秩序。

此外，旅游行业协会也应发挥积极作用，制定行业自律规范，引导旅游企业诚信经营，共同维护旅游市场秩序。行业内也要加强交流与合作，分享旅游秩序管理的成功经验，提升行业整体管理水平。

总之，只有多方协调发力，才能将游客引得来、接得住、留得下，把一时的流量变成成长久的客流。

观察

坚持精细化、个性化思维 完善银发旅游列车产品体系

□ 特约评论员 马振涛

银发旅游列车以“适老化”思维破局，为铁路与旅游深度融合发展提供了新思路。相关部门和市场主体应顺应趋势、主动作为，以精细化、个性化思维完善产品体系，将银发旅游列车打造成一条条流动的美丽“风景线”，让老年人更加惬意地奔赴“诗和远方”

近日，中国铁路沈阳局集团有限公司先后开行大连至海南、大连至广西、长春至张家界、沈阳至鹰潭等多趟“银发专列”。2023年5月至今，该局已累计开行350列“银发专列”，通达国内外40余个城市，累计接待游客11万人次。商务部、文化和旅游部、国铁集团等9单位近期印发的《关于增开银发旅游列车 促进服务消费发展的行动计划》（以下简称《行动计划》）提出，丰富银发旅游列车产品供给，建立品质型、舒适型、普惠型产品体系，打造品牌银发旅游线路，为发展银发旅游、推动铁路与旅游深度融合提供了指引。

旅游列车是铁路与旅游深度融合发展的关键载体。相比一般的旅游列车，银发旅游列车能够根据老年群体需求进行软硬件优化，线路设计灵活，采取“车随人走、昼游夜行”模式，串联多个景点，从而减少旅途奔波；行程节奏舒缓，适合老年人身体状况。同时，银发旅游列车还会配备旅行管家、医护人员和常备药品，提供行李搬运、行程咨询、基础体检等贴心服务。此外，银发旅游列车注重人群交流，积极融入文化元素，能够激发老年人的情感共鸣。

这种“慢节奏+深体验”的模式，不仅能够让老年人深度体验旅游的魅力，也可以为他们提供较高的社交空间，带来较高的情绪价值。

银发旅游列车的开行，顺应了银发群体成为铁路旅游市场主要客群的趋势。当前，我国已经进入深度人口老龄化社会，60岁及以上人口数量占总人口超20%，近半数老年人年均旅游消费超3000元，市场规模破万亿元。2023年，我国共开行旅游列车1544列，发送游客量83.93万人次。其中，通过旅游列车运送的老年旅客（55岁以上女性和60岁以上男性）达58.3万人次，占总游客数的70%。

增开银发旅游列车，一方面可以发挥铁路资源优势，带动社会投资，盘活存量资产，促进沿线旅游目的地加大投入，建设和完善适老化设施；另一方面，有助于整合沿线餐饮、住宿、交通、游览、购物和娱乐等旅游资源，丰富旅游服务供给，更加有效地释放银发旅游市场消费潜力。

当前，我国旅游列车市场发展总体仍处于初级阶段，旅游列车数量和承运量占比较低，列车设施和老年适老化程度有待提升。同时，老年旅游产品多为常规观光旅游，缺乏深度文化体验。如何以精细化、个性化思维开发适合老年人需求的产品，成为银发旅游列车发展的重点突破方向。

根据《行动计划》提出的“到2027年，构建覆盖全国、线路多样、主题丰富、服务全面的银发旅游列车产品体系”的目标，笔者认为，完善银发旅游列车产品体系可以从三方面着力：

一是坚持需求导向，丰富多元化供给，完善银发旅游列车产品谱系。银发群体旅游需求多样，对旅

游线路、行程节奏和服务内容有着不同偏好。要深入研究老年游客需求特点，持续细分市场，提供差异化产品和服务。例如，根据《行动计划》要求，按照面向高、中、低不同消费客群和差异化市场，打造普惠型、舒适型、品质型等不同类别的专列，全面构建高质量、谱系化旅游列车多层次产品矩阵。

具体而言，品质型产品面对高收入老年群体，提供高端定制化服务，如豪华卧铺、专属导游、特色餐饮和文化活动。舒适型产品注重适老化设施和服务，提供宽敞舒适的卧铺、医疗保障和丰富的休闲娱乐设施。普惠型产品面向广大普通老年游客，提供性价比比较高的旅游线路，确保更多老年人更好享受旅游的乐趣。

二是坚持品牌导向，挖掘铁路沿线旅游资源，开发特色主题旅游线路。基于老年人对身心健康、知识增长和社交互动等方面的需求，因地制宜推动银发旅游列车与康养度假、乡村休闲、老年研学、健康医疗等业态相结合，推出一批高品质的银发旅游线路，塑造一批有影响力、竞争力、美誉度的旅游列车品牌。例如，历史文化主题线路串联历史文化名城和非遗聚集地，提供沉浸式文化体验；自然风光主题线路结合自然景区，设计慢节奏的旅游行程，让老年人充分感受自然之美；康养休闲主题线路结合温泉、疗养等资源，打造康养旅游产品。

开发这些主题线路，可以形成一批机制化开行的银发旅游列车，在讲好故事、提升品质、优化服务等基础上打造具有全国影响力的品牌线路。

三是坚持效率导向，优化开行线路，实现铁路、景区与旅行社协同。着眼于保障银发旅游列车运行效率和服务兑现率，铁路部门可以对全路运力富余线路以及闲置铁路线路资源进行梳理，制定梯级铁路旅游资源开发计划，充分利用非高峰时段增开列车、调整列车停靠站点和运行时间，确保列车运行顺畅。同时，构建铁路、景区与旅行社全链条协同机制，确保各环节顺畅衔接，提升出行体验。例如，建立景区与车站的接驳体系，开通无障碍专线巴士并提供行李直送酒店服务；景区配套银发专用检票通道、电动接驳车及休憩驿站，与铁路联合开发“车票+门票”联票系统；旅行社等市场主体合理控制单日游览强度，安排随行医疗团队全程健康监测等；各方共建信息共享平台，实时同步列车延误、景区客流等数据，动态调整接驳与游览方案。

总之，银发旅游列车以“适老化”思维破局，为铁路与旅游深度融合发展提供了新思路。相关部门和市场主体应顺应趋势、主动作为，以精细化、个性化思维完善产品体系，将银发旅游列车打造成一条条流动的美丽“风景线”，让老年人更加惬意地奔赴“诗和远方”。

声音

“个性化体验是庭院经济吸引游客的关键因素，过度追求标准化容易失去乡村游独特的‘野趣’”

——中办国办日前印发的《提振消费专项行动方案》提出，多措并举促进农民增收，因地制宜发展庭院经济。对此，《经济日报》日前发表评论指出，庭院经济以家庭为单位，不同农户的生产条件、资源禀赋和技能水平各不相同，很难制定统一标准，导致卫生、管理等方面质量不一。因此，可依据实际引入“柔性标准”，通过“底线管控+弹性空间”的方式，既保留产品特色，又确保品质。保山咖啡、湘西苗绣、莫干山民宿……这些年从山乡好物到山乡好服务，区域品牌的内涵越

来越丰富，事实证明，品牌化建设是提升产品溢价、破解庭院经济“小散弱”困局的有效举措。

“放好春假，需因地制宜、循序渐进”

——近期，部分地区中小学除法定假日外增设了春假。对此，《四川日报》近日发表评论指出，从放假时间上看，除了和清明、五一这样的假期“凑整”连放外，中小学还可结合不同地区的传统节日、地方风俗等设置更加多样的放假时段。用好春假，还需要学校安排足够丰富的春假活动。此外，学校可以与社区联系，为家长无法请假的家庭安排好学生的春假生活，做好托管服务。（本版编辑 龚立仁 整理）

跟着电影游北京 这些线路别错过

近日，北京市文化和旅游局面向广大游客和影迷推出12条“跟着电影去旅游”主题游线路。北京是很多电影的取景地和拍摄地，电影元素遍布全市。这12条主题线路包括前门大栅栏·中国电影寻根游、影都怀柔·拍摄场景文化游、郎园Station·电影活动打卡游、北京中轴线·经典电影回忆游、古北水镇·长城脚下取景游、环球影城+大运河·电影消费狂欢游、故宫以东·都市爱情浪漫游等。

视觉中国 供图

