

在热气球上俯瞰金色花海、去博物馆感受千年文脉、在主题乐园里享受亲子时光……今年,江苏、安徽、四川等地首次喜提春假,与清明假期叠加,形成5天至6天不等的“加长版假期”,为春季旅游市场注入了新活力,更将消费延伸至餐饮、零售等多个领域,多业态联动不断释放消费活力。

商务部商务大数据显示,清明假期,全国重点零售和餐饮企业日均销售额同比增长2.4%,商务部重点监测的78个步行街(商圈)客流量、营业额同比分别增长6.0%、6.7%。服务消费方面,清明假期,商务部重点监测餐饮企业销售额同比增长3.9%;重点平台酒店住宿消费同比增长2.6%,跨城出游人次同比增长15.1%。

# 以春为媒 暖意涌动

——盘点清明假日消费新亮点

■ 新华社记者 叶昊鸣 王雨箫 徐壮

人间四月春,风起正清明。

旺盛人流穿行于神州大地,喧闹烟火升腾于古街新城,消费活力释放于繁华市井……2026年清明假期,天南海北奔赴与热爱所点亮,流动的生机与欢歌勾勒出蓬勃向上的假日消费图景,一个生动、饱满的中国于春日中走来。

## 出行活力持续迸发

海天一色,碧波荡漾。清明假期首日,往来于浙江舟山海面上的轮渡穿梭忙碌。游客们迎着湿润的海风,将连绵的岛影与翻飞的海鸟尽收眼底。

“今年清明假期正好赶上舟山普陀山香会期,来这里祭祖、祈福的人数持续叠加。”舟山海事局普陀山海事处处长张成江介绍,清明假期舟山全市预计水路客运量约60.4万人次,其中普陀山景区预计进出游客约40万人次,热门水域与重点航线持续高位运行。

人潮涌动,活力十足。交通运输部数据显示,清明假期3天,全社会跨区域人员流动量预计约8.45亿人次,日均约2.82亿人次。

清明出行,扫墓踏青是其中一个重要主题。在北京,北京公交集团在玉泉路开设直通八宝山的扫墓接驳专线,最短发车间隔仅3分钟;在山东济南,济南公交集团增开祭扫专线,实现市区至公墓的点对点直达……多地公交集团全力服务清明祭扫出行高峰。

今年全国多地喜提春假,与3天清明假期叠加,催生“不调休春日黄金周”。去哪儿旅行数据显示,今年清明假期出行热度提升,出行半径在800千米以上的旅客人数增长三成以上。

亲子游成为主力,更多家庭出行从“家门口遛遛”升级为“坐飞机出游”。搭乘飞机出行的13至18岁乘客增幅达70%,不少孩子购买了“人生第一张机票”。

出行人数众多,如何用科技的手段保障假期出行?

江西交通监控中心用AI视频分析高速公路路况,可将事故视频片段和关键画面自动分发给高速交警、路政等部门;滴滴上线AI出行助手“小滴”,可以根据用户需求和实际路况推算出发时间,还可以查询周边美食、景点、卫生间等,一键叫车过去……

旅途通达,人物其行。流动中国持续彰显生机与活力。



4月4日,游客在湖北省襄阳市华侨城奇幻谷景区观看神奇动物大迁徙巡游表演。  
新华社发 杨东摄



4月4日,游客在江苏省盱眙县黄花塘镇向阳花海乘坐小火车游玩。  
新华社发 许昌银摄

## 文化味增添春日色彩

湖南长沙橘子洲风景区,游人熙攘,满目青翠。假期中,位于这里的长沙非遗馆推出面塑、制香、金石拓印等非遗体验,假期首日便吸引1.3万余名游客。

配合清明假期,各地竞相推出花神巡游、非遗体验等活动。满园花香交织着诗词雅韵、民俗趣味,带来一场春日民俗盛宴。

春光无限,神州各地次第花开,拉动春日“赏花经济”。飞猪数据显示,3月以来,“赏花”“踏青”等关键词的搜索热度环比上月上涨3.8倍,平台上游览观光类度假商品的成交额同比2025年大涨72%。

假期里,山东曲阜尼山圣境迎来客流高峰。

在明礼官的引导下,不少游客手持鲜花躬身敬拜,齐声诵读《论语》。

“孩子们放春假,专程带他们来感受儒家文化,既是度假也是研学。”江苏游客朱璇说。

春假与清明“撞”个满怀,让游客走得更远、待得更久。以尼山圣境和鲁源村为例,两大景区联动惠民,4月1日至6日对全国16周岁(含)以下的青少年免票,这个假期接待游客超6万人次。

“设置春假有助于我们平衡好学习、生活、休闲之间的关系。”中国旅游研究院院长戴斌说,学生对于知识的获取和综合素质的提高,也包括到博物馆、图书馆、大自然中去学习。适当放缓一些节奏,对于经济社会发展进步有长远效益。



4月5日,游客在浙江省嘉兴市南湖景区湖心岛乘坐游船游玩。  
新华社发 金鹏摄

## 新场景激发消费新动能

“趁着假期,换台功能更强的影像手机,好好记录和孩子在一起的时光。”4日,刘女士在苏宁易购江苏南京建邺万达店下单了一台新款手机,门店活动叠加国补优惠,一共省下近800元。

苏宁易购数据显示,在清明踏青需求带动下,AI影像旗舰手机、智能手表手环、智能运动相机等出行装备销售环比增长超50%。

假日是消费成色的“试金石”。各地不断点亮消费新场景,以新供给创造新需求,超大规模国内市场潜力持续释放。

在九州图志XR时空折叠体验馆,“穿越千年”的时空之门徐徐打开;投茶、冲泡、奉茶一气呵成,智能机器人现场制作一杯热气腾腾的茶饮;《童趣皮影戏》开场前,“长安导览丞”为大家讲解皮影戏的制作工艺等趣味知识……

“我们新增了唐装机器人、数字人文化导览

等多项数智科技体验,让消费者感受与众不同的唐“潮”长安,假期首日接待客流同比增长23%。”陕西西安长安十二时辰主题街区负责人邹林丰说。

受假期出行出游带动,天猫平台户外商品销售火热,软壳衣、防晒衣、越野跑鞋等的销量在节前一周显著增长;“尝春鲜”激发消费热情,抖音线上团购春茶类订单同比增长超400%。

从中央到地方,一系列政策组合拳激发国内大市场的强大动能——商务部等9部门联合印发《服务消费提质惠民行动2026年工作方案》;湖北发布15条春假精品旅游线路,推出1000余项惠民消费政策……

商务部市场运行和消费促进司司长杨沐表示,将优化实施消费品以旧换新政策,实施服务消费提质惠民行动,通过举办丰富的促消费活动,打造多元融合消费场景,进一步激发消费动能。



4月5日,游客在河南省洛阳市神都十三坊“梦神都·唐潮秘境”XR幻境剧场内体验游玩。  
新华社发 张怡熙摄

## 延伸阅读

# 踏春好去旅行

——清明假期文旅市场一路春光

■ 新华社记者 徐壮 杨淑君

梨花风起,人间清明。从山上的缅怀时刻,到公园里的亲子时光;从乡野间的烂漫山花,到城郊外的依依杨柳……祖国各处春光万里、生机无限。人们在这美好的时节里竞相出游踏春,乐享清明假期,为春日经济写下深厚人文注脚。

### 上春山 寄长思

清明假期第一天,江苏南京雨花台烈士陵园迎来众多市民游客。青松翠柏掩映下,一盆盆鲜花绿植组成硕大的“缅怀”字样,衬托得雨花台烈士陵园纪念碑格外庄严肃穆。

纪念碑前,佩戴着红领巾的小学生手捧菊花,轻轻放下,深深鞠躬,缅怀之情溢于言表。

一年一清明,一岁长追思,慎终追远、缅怀先人的传统,为清明节增添了厚重的文化底蕴,令人们的出游更显意义不同。

一束鲜花、一颗烈士、一种力量。各地有关部门把清明节作为赓续红色基因、激发爱国热情的重要契机,引

导人们更加珍惜今天来之不易的幸福生活。贵州遵义会议会址、江西井冈山革命烈士陵园、辽宁沈阳抗美援朝烈士陵园、红岩革命纪念馆……浸透着红色天气的景区和纪念地既有历史积淀,又有春日美景,成为清明假期游客寄托情怀的重要目的地。

中国气象局预报,清明假期期间,除东北、江南南部、华南、西南地区东南部以及西藏中南部的部分地区受降水影响外,全国其他大部地区以晴或多云天气为主,总体适宜旅游出行。好天气,引得人们纷纷上春山、过节日。

据民政部统计,4月4日,全国共有6.63万家殡葬服务机构提供现场祭扫服务,全天共接待现场祭扫群众1928.93万人次,其中选择绿色低碳祭扫方式的群众1209.96万人次,占现场祭扫总人数的62.73%。

有所寄,故有所安。春风中飘荡着丝丝缕缕的哀思,思念中升腾着源源不断的动力,清明假期的小憩,积蓄着身体和精神的再出发。

### 度春假 乐亲子

今年政府工作报告提出,支持有条件的地方推广中小学春秋假。清明前后,春假在全国更大范围普及,继此前已经全省或者局部试点春假的浙江、四川等地,江苏、安徽、山东、湖南、贵州等省份也新加入了实施行列。春假“遇”清明假期,进一步激活亲子文旅市场。

在北京玉渊潭公园,樱花绽放,春水荡漾。樱花树旁,来自广东佛山的陈女士正在为两个女儿拍照,留下春假美好回忆。

“一直想带孩子们来北京看看,今年女儿学校放了2天春假,刚好跟清明

假期连在一起,很适合出远门旅行。”陈女士说,这是她与孩子们的首次北京之旅,除了玉渊潭公园,还计划去颐和园和长城游览。

去哪儿旅行数据显示,今年多地“春假+清明假期”连休,形成小长假,推动4月1日至6日出行热度显著提升,人们的出行半径显著扩大,出行半径在800千米以上的旅客增长三成以上。亲子客群成为出游主力,12岁以下乘客量增幅55%,均高于其他年龄段乘客增速。

温馨可人的亲子体验,在旅途中拉长了时光。假期中,春日研学游异军突起,“植物科普”“民俗体验”“农事活动”等产品受到家长欢迎。在携程旅行平台上,北京、陕西西安、辽宁沈阳等文化名城成为亲子研学游热门去处,西安博物院、颐和园、沈阳故宫等景区深度讲解产品销量一路走高。

对家庭来说,主题乐园依然是不出错的经典去处。清明假期,多地主题乐园开始进入游览旺季,上海迪士尼度假区、珠海长隆海洋王国、北京环球度假区、常州中华恐龙园等热度居高不下。

### 赏春色 续民俗

浙江杭州碧波楼前的樱花、江苏苏州网师园的玉兰、河南洛阳隋唐城遗址植物园的牡丹……清明时节,神州各地次第花开,构成一幅幅社交媒体上出圈的春色“名场面”,拉动春日“赏花经济”。

今年春天,“Color Walk”(色彩漫步)在年轻人中悄然流行。在春日的花团锦簇中,游客不用复杂的攻略,没有预设的终点,只需在出门前选定一种颜色,便可循着色彩的线索,一头扎进城市的春和景明。

飞猪数据显示,3月以来,“赏花”

■ 欧阳洁

坐一趟赏花主题专列,看遍沿途赏花胜地的鲜花,再感受一次非遗簪花体验;踏入万亩花海,漫步花间市集,再听一场激动人心的花田音乐会;相约山野林间,感受万物复苏,再进行一场酣畅的越野比赛……在蓬勃春日里,以花为媒,文旅体验、游玩购物、赛事竞技有了更多玩味和体验乐趣,勾勒出“春日经济”的生机画面。

“春日经济”热潮之下,不难看到,人们不再仅仅满足于驻足观花,而更享受花间赏心悦目的环境,期待拥有一份独特的消费感受和体验。从关注产品和服务的功能,转向创造个性化、沉浸式的体验,以“春日经济”为代表,体验经济正成为释放消费潜能、活力的新引擎。

体验经济契合消费升级趋势。眼下,消费供给日益丰富,满足了人们对商品和服务基本功能的需求,消费者对“拥有什么”的渴望,正逐渐让位于对“感受如何”的追求,转而在意消费给自己带来的价值体验和情感诉求。倾注心血自己亲手打磨一件首饰,远比买一件标准化的商品更有意义;在溶洞咖啡馆细品一杯咖啡,精致的景观让普通的咖啡散发不一样的风味;在古城游玩时扮演不同的人物角色,体验不一样的人生经历……与传统消费不同,体验经济正是在消费升级趋势下,体现人们对商品和服务内涵有了更高的追求,消费成为实现价值认同、情感连接和情绪投射的过程。消费者不仅享受商品和服务,也参与创造个性化、互动性的消费体验。

体验经济释放文化活力。体验经济注重消费者沉浸式参与,无论是身着古装体验古代生活,还是参与文物修复、文创设计,消费者不再是旁观者,而是文化传承的参与者与传播者。在非遗工坊亲手控制陶坯、在古法染坊浸染一方素绢,沉睡的非遗技艺在消费者体验中慢慢苏醒,引发文化认同与情感共鸣。旅游也不再只是看风景,消费者走进当地生活,体验特色文化,更愿意为演出买单,为打卡奔赴一座城市。文化在消费者体验中变成可以触摸、参与的商品,也是可以互动、体验的生活场景,释放着新的活力和动能。

“十五五”规划纲要提出“以新需求引领新供给,以新供给创造新需求,促进消费和投资、供给和需求良性互动,实现供需更高水平动态平衡,增强国内大循环内生动力和可靠性”。体验经济正在成为新消费的主流,重塑消费需求,激发消费供给创新。今年春节9天假期,实体零售增速首次反超网上零售3.9个百分点,注重体验的线下消费蕴藏着不小的潜力。

体验经济催生个性化的消费供给。如今,消费者不再只为拥有买单,而是更在意“被记住的体验”。商品只具备基本使用功能,很难吸引消费者,需要在商品之上附加更多的情绪价值;文化景区千城一面,很难让人们驻足,需要追溯历史文脉,打造更多拥有特色文化底蕴的场景。体验经济的兴起,对消费供给方提出了更高的要求,因地制宜,精细化挖掘,才能创新更多消费场景,提供更多有特色、有温度的优质商品和服务。

一杯茶,不只是为了解渴,更是和朋友共享的美好时光;一次旅行,不只是为了观光,更是为了探寻一段神秘的历史。在明媚的春天里,体验经济正成为消费新的增长点,呈现新消费的广阔前景,也在重塑消费供给,激活市场潜能。未来随着消费需求不断升级,供给能力持续提升,体验经济将创造更多新价值,更好地满足消费者的需求。(据《人民日报》)