

Color Walk、赏味游…… 这个假期你更爱哪种？

文图据新华社

今年清明假期，恰逢全国多地推行中小学春假，出行热度显著提升。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。

01

「春假效应」带火清明旅游市场

4月1日起，江苏、四川、安徽等多地中小学生迎来春假。“3天春假+清明假期”连休，不少家庭从“周边微度假”升级为“春日长途度假”，带火了清明旅游市场。

安徽省合肥的张先生选择假期前半段带孩子挖春笋、采茶叶，感受春日野趣；清明当天再返乡祭扫，陪伴长辈。“既让孩子亲近自然，也不忘清明的传统意义，节奏刚刚好。”这种“前半段带娃、后半段缅怀”的安排，成为不少双假家庭的首选。

去哪儿旅行数据显示，4月1日至6日，出行半径800公里以上的游客数量增长超三成，多条热门航线机票销量同比增长逾四成。此外，飞机上13~18岁乘客数量增幅达70%，景区内该年龄段游客数量激增3.8倍。

值得关注的是，多个推行春假的城市既是客源输出地，也是热门旅游目的地。当地通过景区免票、优惠让利等方式，吸引本地及周边游客前来游玩。例如，四川省宜宾多个景区实行免票政策，直接带动当地酒店预订量翻倍。

“春假与清明连休，对传统小长假形成显著提振效应，有效拉动内需。”去哪儿大数据研究院研究员杨涵表示，当地人“飞出去”，周边游客住下来，春假有望成为春节后、五一前文旅市场新引擎。



4月3日，小朋友在三星堆博物馆观看展品。

02

「Color Walk」走出松弛假日新体验

除了在景区踏青赏花，今年春天悄然走红的“Color Walk”，在清明假期依旧热度不减，成为人们拥抱春日的新选择。

不同于传统的打卡式旅游，“Color Walk”不设固定终点，人们将颜色作为视觉向导，以城市绿道、滨江岸线、花海步道为路线，在樱花粉、油菜花黄、郁金香红、海棠白的自然色彩中漫步，用最松弛的节奏感受春天。

抖音生活服务“清明消费数据前瞻”显示，3月以来，春日“Color Walk”引发广泛关注，平台相关内容播放量超4.69亿次，环比增长超19倍。

“出门前选定一个主题色，沿途遇到这个颜色的风景就用镜头记录下来，不用赶景点、排长队，能静下心来感受自然。”浙江省杭州的王女士今年清明假期没有远途出行，而是和朋友在本地轻松漫游。这种由“City Walk”升级后的玩法，正在年轻人中流行。“清明

天气好，很适合这样漫无目的地边走边拍。”

“‘Color Walk’能让人们借助色彩发现并感受身边的美好，将日常生活中那些被忽略的闪光点串联起来。”北京第二外国语学院中国文化和旅游产业研究院教授吴丽云认为，它不仅是一种沉浸式体验，也成为新型社交方式，人们打卡特色线路、分享沿途风景与美好瞬间，既能在社交平台引发互动交流，也能借此彰显个性与生活态度。



4月2日，游客在杭州西湖景区的白堤上游览。

03

赏味游解锁春日消费新方式

春天不仅有缤纷的颜色，还有独特的味道。从江南的青团、春笋，到北方的春饼、开河鱼，再到西南的清明粿、野菜宴，各地春日风物纷纷成为吸引游客的重要招牌。

上海的陈女士趁着清明假期自驾前往苏州，品尝青团、腌笃鲜、碧螺春虾仁等当地春味，直言“一口尝尽江南鲜味”。这种为时令鲜味奔赴一座城的出游方式，让赏味游成为今年清明假期的亮点。

赏味游的兴起，带动了餐饮、景区、民宿等多业态消费升温。苏州、杭州多地餐厅推出春季专属套餐，销量显著提升；重庆美心红酒小镇推出青团宴、清明野菜火锅宴等特色体验，单日接待游客超15万人次；能亲手制作当地特色美食的民宿更受游客追捧，相关预订量同比增长约30%……

“品尝青团、春饼、香椿、河鲜等，是春日独有的饮食习俗与节日印记，让春日消费更有仪式感与体验感。”吴丽云表示，从走马观花的观光游，转向以味蕾为导向的深度游，意味着游客出游消费需求日趋细化。随着旅游市场不断提质升级，特色美食的吸引力持续释放，赏味游既有效拉长游客停留时长，也能激活本地消费链条，为文旅市场注入了更具烟火气的新活力。



4月5日，游客在甘肃省敦煌市鸣沙山月牙泉景区骑骆驼游览。