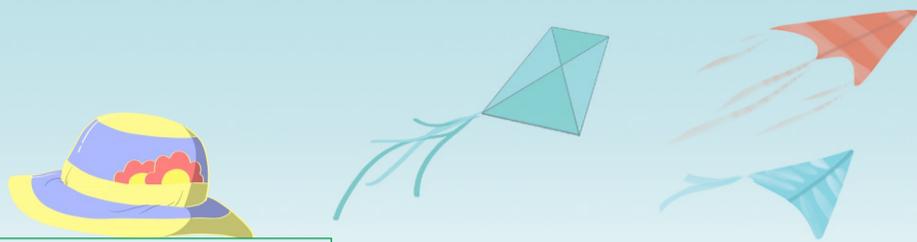


踏青赏花正当时 春游经济火起来



在城市“追”花、去露营踏青、品时令生鲜……天气渐暖春意浓，清明节假期，不少人外出踏青赏花。人流涌动，加之商家创新消费场景，市场亮点不断，多个领域出现明显升温。

踏青赏花热情高涨

随着气温回升，“春游经济”“春日经济”热度飙升，全国各地不约而同迎来出行热潮。特别是清明小长假期间，踏青赏花成为热门关键词，推升相关消费。

4月6日，飞猪发布的《2024清明假期出游快报》显示，清明假期国内酒店预订量较去年同期增长159%，线路游预订量增长164%，热门景点门票预订量增长超2倍。此外，返乡祭扫、返乡探亲的火车票预订量也同比去年增长近2倍。

另外，今年清明假期，踏青赏花被玩出了“新高度”。在社交平台上，国风穿搭、新中式、汉服妆造等成为赏花游的热门关键词。飞猪数据显示，假期期间国风赏花热度同比去年大增近3倍，其中杭州、苏州、无锡、洛阳、武汉等是国风赏花游热门城市，不少热门赏花景点附近的妆造门店都排起了长队。

美团、大众点评数据也显示，清明假期，“汉服妆造”搜索热度同比增长230%，西安、洛阳、苏州三城的热度最高。清明假期正值牡丹节，当地多家酒店提供汉服妆造服务。据洛见汉服观影酒店负责人胡先生介绍，酒店免费为住客提供了汉服，假期迎来连续满房。“店里4名妆造师，每天早上7点半就开工了。在洛阳，汉服赏花是标配，希望通过汉服与酒店的结合，为游客带来沉浸式体验。”

事实上，3月以来，春日气温回升就带动了赏花踏青需求的释放。滴滴出行数据显示，3月中下旬前往各地公园植物园的打车需求相比月初上涨超20%，前往公园植物园的十大热门城市打车需求涨幅均超过40%，其中武汉公园植物园的打车需求上涨超55%。

此外，采摘农家乐、露营等休闲方式受各地年轻人追捧，假期期间相关美团交易额同比增长超180%。在美团上，“露营地”等关键词的搜索量同比翻倍增长，“露营烧烤”“亲子露营”“露营装备”等成为热门搜索词。

户外装备持续热卖

出游踏青也带火了相关装备销售。例如，春日踏青、“多巴胺”配色、“薄荷曼波穿搭”等关键词频频登上得物App社区热搜榜，其中露营风、简约风、美式复古风、少年感等均是“95后”“00后”热议的穿搭风格，冲锋衣、卫衣、“多巴胺”配色鞋等，还有今年新流行的新中式国风，正逐渐成为年轻人春日踏青的必备穿搭单品。

另外，骑行正成为春季户外运动一大热门，受到越来越多年轻人的青睐。3月以来，在得物App上，山地自行车同比增长367%，公路自行车同比增长281%，越来越多骑行爱好者已经从城市骑行慢慢进阶为更专业的公路骑行；同时，骑行风镜、骑行头盔、骑行服等相关装备销量持续上涨。

有数据显示，自3月以来，骑行、徒步等运动消费需求火爆，且热度一直居高不下。其中，3月份，平台上公



长寿湖景区，满园的郁金香。 据重庆日报

路车GMV同比增长88.38%，骑行头盔、骑行裤、骑行服GMV分别同比增长145.34%、87.49%和24.98%。户外运动热潮带动下，便携且能快速补充能量的食品如能量胶、士力架GMV同比增长分别为84.23%、66.90%。

同样，生活消费大数据显示，包含“户外”“露营”“防晒”“运动”等关键词的商品持续火爆，3月整体销售额环比增长超450%。具体到品类上，野餐车、防晒帽等销售最为火爆，成交额占比位居TOP1；3C数码、水饮冲调类商品销售增幅最大，环比涨超1700%，其中，运动蓝牙耳机和电解质水成为这2个品类中的销售TOP1商品。

苏宁易购数据显示，在户外出行增长的带动下，露营装备销售同比提升35%，帐篷、天幕、吊床、野餐垫、折叠椅等相关商品销量3月环比增长159%，烧烤炉销量环比上涨220%，果蔬清洗机销量同比上涨56%。

春季尝鲜需求释放

清明亦是春季尝鲜好时节，大量时令美味上新，激发人们的品春热情。据美团、大众点评数据，4月以来截至4月5日，春季主题团购套餐订单量较3月同期增长超577%。

另外，诸多春菜纷纷上市，香椿、春笋、蚕豆、儿菜等时令蔬菜受到消费者热捧，成为“吃春”必备的餐桌美味。在什么值得买平台上，3月份，“春菜”GMV同比增长916.75%，其中芦笋、荠菜GMV同比增长91.77%、74.32%，春笋、香椿、青团热度同比增长597.0%、46.25%、121.95%，由春笋作为主要食材的腌笃鲜更是实现热度同比增长1244.44%。

京东消费及产业发展研究院发布的“青团消费观察”显示，近期以来，青团销量环比大幅增加，“老网红”豆沙青团、黑芝麻青团、蛋黄肉松青团依然是热销产品。“80后”“90后”是青团消费主力，销量占比合计超七成。上海消费者包揽了近两成的青团销量，甘肃、云南、北京等非江浙沪地区青团销量环比增长最为显著。

业内人士表示，春日踏青叠加假期出行，吃住行游购等多个生活服务业消费向好，彰显了内需潜力。据美团数据，清明假期日均消费规模同比增长39%，北京、上海、深圳、广州、成都等城市消费规模居全国前列。

中国数实融合50人论坛智库专家洪勇表示，商家针对季节消费场景、假日消费需求等频频“上新”，通过文旅、美食、户外运动等领域的创新互动，丰富了消费体验，促进了相关行业的增长，也推动消费市场持续向好。

据经济参考网

相关

旅游产品订单量同比增长超200% 重庆赏花经济热辣滚烫

春风拂过，重庆各地繁花似锦。人们纷纷走进公园、郊野踏青赏花，“赏花热”掀起春日旅游潮，为城乡消费注入澎湃动能。携程、途牛等多平台数据显示，近日我市各地赏花游火爆，相关旅游产品订单量同比增长超200%，文旅市场春潮涌动。

全市各区县更是因地制宜，以花为“媒”、以节“圈”粉，不断拓展“赏花”边界，让“花花世界”活力迸发，赏花经济持续盛放。

“花样”升级 放出全域旅游动力

春日的涪陵蔺市，花“绘”春光，色彩斑斓。放眼望去，十里江岸，千亩油菜花田，随江风拂过，犹如金浪翻滚，花香阵阵，江水悠悠。水与花柔美的邂逅，绘就出一幅迷人的“长江生态画廊”。

“谁会想到，去年这里还是一片江边‘荒地’，我们只用一把‘油菜籽’，就让长江堤坝、蔺市古镇、美心红酒小镇、泡桐村乡村旅游点等统统‘入画’，将风景叠加进场景，场景融入风景，成功激活全域旅游活力。”蔺市街道办事处宣传委员赵洋称。

近段时间，慕名前往当地打卡的游客日均流量超过1万人次，周末更是攀升至3万多人次，使原本冷清的蔺市古镇，游人涌动，餐馆生意十分火爆；层林叠翠的鸡公山，徒步健身的游客络绎不绝，卖凉面和饮用水的摊贩都忙不过来；美心红酒小镇，各种大型游乐设施前排起长队，欢笑声、尖叫声一浪高过一浪……

不只蔺市，作为国家全域旅游示范区的万盛经开区，今年也进行了“花样”升级。该区利用五和梨花、王家坝桃花、丛林新建村油菜花、金桥镇马头桥村樱花、石林庙坝村李花等，“编织”出一张全域旅游网，以浪漫春游季为主题，推出“1+N”赏花游活动，融合赏春花、观民俗、品美食、玩采摘、游景区、看非遗、住民宿等多要素，打造出三条精品春游线路，释放出全域旅游的澎湃动力。

南川则利用金佛山杜鹃花、大观镇樱花、白沙桃花、兴隆金花白茶基地等，推出5天春季赏花踏青路线，植入文艺演出、农产品展销、采茶体验等元素，推动景区景点游、康养避暑游、民宿露营游、农旅融合游“四态齐升”。

推倒“围墙” “去景区化”趋势明显

蓝天白云、芳草绿荫、百花盈香、晨看云雾暮看夕阳……近段时间来，北京知名旅游主播“素素”狠狠蹭了一波重庆赏花的流量。他在某短视频平台上有700多万粉丝，已连续在重庆拍花近半个月，每上新一条视频，点击量都在“10万+”。

“全国赏花地不少，我之所以赖在重庆不走，除了这里的景美、宠粉、8D魔幻，还在于这里已开启‘去景区化’的现代旅游新赛道。”他称，从风景到场景，从剧场到菜市场，从街头到村头……重庆通过文、体、旅、农等多元融合，营造出了丰富多彩的全域赏花游新场景，不但非常出片，还大多免门票。

“素素”所言不假。日前，市文化旅游委在垫江拉开了“2024重庆春季旅游季”大幕。

数据显示，今年春季，我市共推出踏青赏花、休闲运动、民俗文化、乡村美食等200多项春季主题文旅活动，以及10大主题100余条精品旅游线路，邀八方游客来渝赏一山繁花、品一盏春茶、看一台好戏、拂一缕春风、赴一场春天约会。

“从‘一枝红杏出墙来’迈向‘百花齐放春满园’，景区主动推倒‘围墙’，以全域旅游视角，构建全新产业链已成为发展趋势。”中国旅游研究院长江旅游研究基地首席专家、重庆旅游发展研究中心主任罗兹柏表示。

据新重庆-重庆日报

