

春假邂逅清明 全链条消费场景持续扩容

交通运输部4月6日发布数据显示,今年清明假期(4月4日至6日),全社会跨区域人员流动量预计为8.45亿人次,日均预计为2.82亿人次,比2025年清明节假期增长6%。

全国多地中小学春假与清明连休,激发了以亲子游、家庭游为主的出行热潮,形成了覆盖交通服务、文旅住宿、餐饮零售、能源补给的全链条消费场景,体验式旅行、研学游等消费热点凸显,交通、住宿、文旅等相关产业协同发力,推动假日经济提质增效,为文旅消费注入持久动力。

● 本报记者 熊彦莎 王舒姝



▲4月5日,游客在江苏南通洲际梦幻岛欣赏樱花河(无人机照片)。
▲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(许丛军 摄)
新华社发(许昌银 摄)

体验式旅行受追捧

“清明假期,我们一家就住在山里,爬山寻春、围坐煮茶,一起动手烤面包、做木作,体验一种跟平常不一样的生活。”家住北京的韩女士告诉中国证券报记者,“近两年,家人越来越偏爱这种体验式旅行,就像这次清明假期,全家人一起慢慢悠悠地逛,踩着松软的泥土,闻着山野间草木与泥土交融的清新香气,听着林间的鸟鸣风响,不用赶行程,还能静下心来做手工。”

途家民宿数据显示,提供汉服赏花旅拍、采茶品茶、手工做青团等特色体验的民宿,成为假期热门之选。

出境游方面,飞猪数据显示,出海游览、直升机观光、特色手工体验等境外当地玩乐服务,预订成交额同比增长约120%,深度体验成出境旅行核心考量。

“清明假期的文旅产品从景区观光向沉浸式、体验式产品转变的趋势越发明显。”中国旅游研究院研究员韩元军在接受中国证券报记者采访时表示,新品类在提升经营持续性的同时,还要关注游客的需求变化。只有提供高品质、定制化、生态化、体现在地美学的文旅产品才能赢得未来,人工智能和科技创新为此提供了无限可能。

家庭游需求攀升

“假期来南京玩,我们把红山森林动物园放在行程第一站,孩子们可以一边逛一边读科普介绍。”来自浙江的游客王女士告诉记者。

美团数据显示,该园位居美团清明假期亲子游热门景区榜首,上海迪士尼、北京环球度假区、中华恐龙园等紧随其后。家庭研学游需求持续攀升。途牛

旅游数据显示,近65%游客选择3天至5天的出游行程,亲子家庭出游需求集中释放。不少景区也针对性创新产品,上海海昌海洋公园推出“稀奇海洋节”,展出鬼手海兔、玫瑰毒鲉等20种珍稀海洋生物,还开设“十万个为什么藏在海洋”科普课堂。

“跟着课本去旅行、特定主题研学旅游成为众多家庭选择,亲子家庭游的含文化量、含科技量明显增强。”韩元军说,景区和旅行服务平台要更加注重主题旅游产品的开发,包括音乐旅游、非遗体验、传统杂技、美食旅游、户外运动等适合青少年需要的产品。

春假效应显现

多地春假的推行为假日经济注入活力。

今年以来,多地陆续宣布春假安排。如,安徽各市均把首个春假定于4

月1日至4月3日,与清明假期连休形成6天小长假。江苏南京各区2026年春假时间4月1日至4月3日与清明小长假(4月4日、5日、6日)相连。

春假叠加清明假期,不仅带动出行高峰的提前,更带动了区域春季旅游市场升温,交通、住宿、文旅走热。美团旅行数据显示,4月1日至4月6日,全国机票、火车票预订量同比增长44%。飞猪数据显示,国内酒店预订量同比增长约40%,国内景区门票的预订张数同比增长超70%。

展望后续,春秋假有望持续为文旅市场助力。“全国春秋假形成后,将再造两个6天左右的黄金周,为相关群体提供更多出游时间选择,一年中的长假更加均衡,有利于全国、全季旅游市场的培育,远距离目的地将获得更多发展机遇。”韩元军说。

东方证券研报认为,春假推广落地,不仅能促进亲子客群的中远程出游,创造出“教育+文旅”融合新场景,更有利于平滑峰谷、促进淡季休假,激活消费市场潜力。

北京楼市“小阳春”调查： 成交量回暖 刚需积极入市

● 本报记者 董添

近日,记者对北京楼市进行实地调查发现,受“小阳春”旺季周期影响,近期北京地区二手房成交量出现较为明显放大,但价格并未出现较为明显的上涨趋势。清明假期期间,北京新房市场带看量、成交量也出现了一定的回暖。

而刚刚过去的3月份,北京房地产市场成交量已经出现了明显回暖。北京市住建委数据显示,3月份,北京二手住宅网签量达到19886套,创下近15个月来的峰值。

成交量明显放大

清明小长假,记者了解到,经历了3月份楼市明显回暖后,全市二手房挂牌量逐渐平稳。记者在链家系统看到,目前,北京地区二手房挂牌量跌至14.4万套,去年高点一度逼近17万套。

“目前价格相对较低,很多客户出现了惜售情绪,挂牌量出现下滑,叠加近期成交量放大,二手房房源量出现了明显回落。”走访过程中,多位二手房销售人员告诉中国证券报记者,“清明假期期间,带看量整体不错,成交数据比较平稳。”

“最近一个月,小区成交了20多套二手房源,之前一段时间一个月最多成交7、8套。”位于北京市大兴区南五环附近的中介销售人员告诉记者,“但是价格目前没有止跌迹象,相同房源比年前还是会便宜。”

“今年3月份的成交量,是最近4.5年表现最好的。”丰台片区资深销售人员告诉记者,“每天基本都有在走合同的单子。”

中原地产研究院统计数据表示,3月份,北京新房网签量合计达到3552套,环比上涨191.86%;二手住宅网签量达19886套,环比上升144.63%。

低总价房源成主力

记者走访北京城六区发现,包括东城、西城在内的多个片区二手房成交量出现回暖,但中介销售人员表示,价格尚未出现明显变化。

从成交结构上看,北京链家研究院数据显示,3月份东城、西城等中心城区成交占比有所下降,石景山、通州、大兴等城区占比有所提升。从各城区市场表现看,大兴、门头沟、房山、顺义、密云等城区交易量同比增幅比较明显,近半数城区的交易均价与上月相比有所回升。

从成交房屋的户型看,二手房主力成交仍集中在60—90平方米户型,占比超40%;其次是60平方米以下户型,占比为25%左右;再就是90—120平方米户型,占比约20%。

120平方米以上户型占比不足15%。两居室占比超50%,三居室占比约23%,一居室占比近20%,三居室以上户型占比不足5%。

刚需群体的集中入市,成为此次“小阳春”行情的重要支撑。我爱我家数据显示,3月,北京300万元以下二手房成交量占同期二手房总量的66.3%,同比上升19.1%,低总价房源成为成交主力。

新房方面,记者走访了解到,清明假期期间,新房市场促销力度较大。一些楼盘在假期之前积极蓄客,并在清明假期期间推出一系列特价房,因此新房成交较为可观。

“特价房比普通房源价格低了十万左右,主要是楼层或者户型没有那么受欢迎。预算有限的刚需客户对特价房的接受度比较高。清明假期成交了好几套特价房。此外,假期主要是带看、蓄客,为五一成交打下基础。”昌平区一家新房楼盘销售人员告诉中国证券报记者。

中原地产数据显示,4月4日、4月5日假期两天,北京新房成交量合计达到117套。4月前5天,新房住宅网签量达到2895套,环比上升881.35%,同比上升321.39%。

专家:楼市修复性回暖

中原地产首席分析师张大伟对记者表示,3月份,北京二手房市场迎来政策与季节共振下的“小阳春”强势回暖,量能出现较为明显的放大,但价格尚未出现普涨。清明小长假,北京楼市继续出现回暖。未来,市场将延续稳中有进、分化加剧的主旋律,新房聚焦产品升级与区域匹配,二手房聚焦品质与流动性,为北京房地产市场长期健康发展奠定基础。预计本轮回暖是修复性回暖,而非趋势性反转。

北京链家研究院分析师冷会表示,3月,北京二手住宅网签量创下近15个月以来的最高水平。价格方面总体保持平稳,与年前一段时间相比略有上涨,止跌回稳态势延续良好,符合此前预期。3月份市场回暖的原因主要有两方面:一方面是季节性原因,每年春节后这段时间都是市场快速回暖的黄金期,俗称“小阳春”。另一方面是政策加持,2025年12月下旬出台的各类政策优化举措有效提振了市场信心,同时也撬动了一部分购房需求,这些新增的需求到3月份也陆续转化成实际交易。

市场供需方面,冷会提到,今年春节假期处于2月份,因此2月份新增房源量处于比较低的水平。节后买卖双方集中入市,因此3月新增房源量大幅反弹。受此影响,当前及未来一段时间二手在售房源量将有一个回升的过程,均为正常现象。

清明出游半径显著扩展 演唱会经济成文旅市场新引擎

● 本报记者 杨梓岩

2026年清明假期,由于多地中小学春假与法定假期无缝衔接,形成长达6天的“春日黄金周”,旅游市场呈现出不同于往年的新气象。多家在线旅游平台数据显示,今年清明出游半径明显扩大,演唱会经济成文旅新引擎,而“反向出游”也带火了一批小城市目的地。

春假延长出游半径

今年清明假期的最大变化,是出行距离的“跨越式”增长。过去清明以周边踏青、短途自驾为主,但今年四川、江苏、浙江、安徽等地推行中小学“3天春假+清明假期”连休,使得家庭出游的时空约束被打破。去哪儿平台数据显示,出行半径在800公里以上的旅客同比增长超过三成,多条热门航线机票量同比增逾四成。飞猪数据显示,国内酒店预订量强劲增长约40%,且一批远途目的地如云南怒江、新疆昭苏、内蒙古阿拉善等旅游预订增速均超过一倍,显示出游客“走得更远、玩得更深”的强烈意愿。

值得注意的是,长线游的爆发并非简单“距离叠加”,而是首次出行人群的大量涌入。去哪儿平台统计,购买“人生第一张机票”的群体中,13—18岁青少年同比激增86%,12岁以下儿童增长73%。这意味着,春假政策不仅拉长了出行时间,更降低了许多家庭尝试远途旅行的门槛。成都、杭州、南京成为最热门的“人生首飞”启航地,这些

城市本身也是旅游资源丰富、交通枢纽功能突出的区域中心。

与此同时,出境游也呈现出“短途为主、长线试水”的格局。3—4小时飞行圈的目的地如韩国、泰国、马来西亚仍是首选,但坦桑尼亚、阿根廷、斐济等长线目的地也出现数倍增长。飞猪分析认为,这与亲子家庭追求“新奇感”和“深度体验”有关——孩子们不再满足于海滩晒太阳,而是希望看到动物大迁徙、极光等独特场景。

演艺流量转化为城市消费增量

这个清明假期,演唱会扎堆上演,正成为激活文旅消费市场的强劲引擎。以周杰伦“嘉年华II”世界巡演杭州站为例,4月3日至5日三场演出恰逢春假与清明双客流高峰,直接带动杭州奥体中心周边酒店预订量较平日增长1.6倍,部分平日仅四五百元的酒店,演出期间最高飙至近3000元,涨幅相当惊人。

“为一场演唱会赴一座城”正成为文旅消费新风尚。2025年全国万人以上演唱会场次同比增长超12%,跨城观演比例达67%以上,“旅游+演出”持续成为文旅消费热点。调研数据显示,70%以上的跨城观众在演出地停留2天及以上,在餐饮上有消费支出的观众占98.4%,68.1%产生交通和购物消费支出。演出的消费拉动效应从单日事件向区域消费点转变,票根经济正串起“吃住行游购娱”全链条。

从杭州到南宁,从西安到上海,各地正积极探索“演出+文旅”的融合路

径。在西安,铁路部门开通多趟“歌迷专列”,精准对接北京、上海、成都等地观众的出行需求,2025年大型营业性演出直接带动消费超39亿元。在南宁,2025年22场重磅演唱会吸引40万歌迷专程赴邕,撬动全链条消费超30亿元。杭州则推出“周同学”IP主题活动,滨江银泰同步上线VR展,配套主题快闪店和联名周边,探索“文旅商体演”融合发展新路径。各地政府也纷纷出台支持政策,海南对演唱会和音乐节最高奖励250万元和200万元,广西推出最高100万元的奖励机制并成立多部门工作专班,广州市天河区则按售票规模给予单场最高25万元支持。演出经济正从“一场演出”演变为“一张城市名片”。

从全国层面看,大型演出已成为撬动文旅消费乘数效应的核心支点。据中国演出行业协会发布的数据,2025年全国5000人以上大型营业性演出达3000场,同比增长12.70%,票房收入324.48亿元,观众人数4338.58万人次,同比增长18.81%。大型演出对其他消费的平均带动系数高达1:6.85,全年直接带动票房之外的交通、住宿、餐饮、旅游、购物消费超过2200亿元。一张小小的演唱会票根,正在将演艺流量转化为可沉淀的城市消费增量,为文旅市场注入强劲复苏动能。

反向春游带火小城

今年清明另一个引人注目的现象,是“春假城市”同时扮演了客源输出地和目的地的双重角色。多个放春假的

城市不仅大量居民外出旅游,也通过景区免票、交通优惠等政策吸引周边及本省游客反向流入,形成了客流双向奔赴的有趣格局。

去哪儿数据显示,四川宜宾针对中小学生和在职教师推出多个景区免票政策,带动当地酒店入住量增长1.1倍;安徽黄山对18岁以下游客免首道门票,酒店入住量同比大增65%;四川绵阳推出亲子共同免票优惠,酒店预订增长近40%。

更值得关注的是,“反向春游”带火了一批此前默默无闻的小城。去哪儿平台统计,今年清明期间旅客足迹覆盖全国千余个县城,其中川渝地区表现尤为突出,宜宾兴文县、甘孜道孚县酒店入住量增长4倍多,重庆巫山、奉节增长2倍。西双版纳勐腊县、上饶铅山县也增长超2倍。这些目的地大多拥有优美的自然风光或独特的民族文化,但此前受制于交通和认知度,如今借春假东风“破圈”。

与此同时,传统热门城市并未降温,而是呈现出“热点更热、冷门不冷”的分化格局。北京、杭州、上海、西安等依然位列酒店预订量前十,其中北京核心景区门票预订热度同比增长约15%,高品质酒店预订热度增长46%。同程分析指出,北京市场呈现出“周边微度假+亲子研学”双轮驱动,古北水镇、环球度假区以及延庆、怀柔的精品民宿成为“微度假”热门选择。这印证了一个趋势:无论是大城市还是小县城,能够提供深度体验、精准对接细分需求的目的,才能在“春日黄金周”中真正胜出。