

景区“含娃量”飙升 研学游亲子游撑起“半边天”

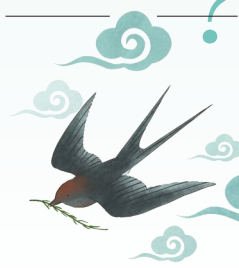
清明假期四川A级景区累计迎客1499.1万人次

当春假与清明假期“不期而遇”，四川文旅市场瞬间被“点燃”。景区“含娃量”直线飙升，亲子游、研学游、文博游稳稳站上“C位”。

相关在线平台显示，多个放春假城市既是客源集中输出地，又是热门目的地。尤其是一些“宝藏小城”，旅游热度增幅十分明显。如宜宾多个景区免票，带动酒店预订翻倍；绵阳酒店预订增长近40%。

四川省文化和旅游厅公布的数据显示，清明假期全省纳入统计的899家A级旅游景区，累计接待游客1499.1万人次、实现门票收入1.42亿元，与2025年同期同口径相比，分别增长16.1%、18.1%。全省图书馆、文化馆、博物馆累计接待群众183.67万人次，同比增长56.63%。

这个超长假期，四川是如何稳稳接住这波天降流量的？



华西都市报·封面新闻
记者 杨金祝



4月3日，小朋友在三星堆博物馆观看展品。新华社发

成都“热”进全国前三 南京飞成都机票量增长超60%

多个旅游平台数据显示，成都既是全国最热门出发地，同时也是国内第三热门旅游目的地。

4月6日，同程旅行发布的《2026春假及清明假期旅游总结报告》显示，4月1日至6日，整体旅游产品预订热度环比上涨近一倍，主题乐园、文博景区等预订热度环比上涨超过120%，国内热门目的地包括上海、杭州、成都、南京等地。

6天假期延伸了家庭出游半径，亲子长线游订单同比翻倍；度假订单中亲子人群占比达四成，同比增长近20个百分点。北京、西安、南京、成都等拥有优质文博资源的城市成为热门研学目的地，南京、成都等城市同时作为客源地和目的地，呈现双向繁荣态势。

春假期间，来自江苏、浙江、广东等地的家庭游客显著增加，他们专程“打飞的”前往四川，以三星堆、成都大熊猫繁

育研究基地、都江堰等为核心，进行古蜀文明、生态保护等主题的深度研学。

去哪儿旅行数据进一步佐证：“撞”上了春假，今年清明节变成了历年“含娃量”最高的一次。4月1日至6日，飞机上13岁至18岁乘客增幅达70%，12岁以下乘客增长45%，均领跑全年龄段增速。

值得关注的是，清明春假期间，南京-成都航线机票量增长超60%，天津-成都增长43%，上海-成都航线增长40%，成都成为全国乘飞机最热门的飞行目的地之一。航班管家数据显示，4月1日至6日，成都计划航班量同比增长18.2%，位居全国前列。

研学游亲子游强势崛起 “游中有学”成为假期主旋律

这个假期，踏青赏花、返乡祭祖等传统需求集中释放，但真正撑起这波热度的，是亲子游与研学游的强势崛起。据不完全统计，假日期间四川文博场馆共推出83场主题展览、171场特色社教活动，让“游中有

学”成为假期主旋律。

“此次春假叠加清明假期，为文旅行业创造了新的增收窗口，各大景区的优惠政策与市场的旺盛需求形成良性互动。”成都中青旅总经理邵丹表示，“我们的亲子研学线路咨询量较2025年清明假期同比增长200%，假期游客接待人次预计同比增长61.03%。”

参加蜀道研学亲子共创营的王亦萱小朋友兴奋地分享道：“这次和爸爸妈妈一起挑战飞拉达、徒步8公里蜀道，想到古人曾在这条千年古道上翻山越岭，我再累也坚持走完了全程，感觉自己也是小英雄。”

“本次假期，家庭亲子游、青年徒步游以及研学游成为主流出行方式，游客接待量呈现阶梯式增长。”九寨沟景区相关工作人员说，4月1日至6日，九寨沟景区累计接待游客12.74万人次，同比增长65.36%。其中，跨省游客占比超过五成，显示出九寨沟作为全国知名旅游目的地的强大吸引力；同时，省内周边游及短途踏青游热度持

续攀升，全域旅游的辐射效应愈发明显。

该工作人员还特别指出，游客结构出现鲜明趋势：年轻化与家庭化成为核心特征。0岁至25岁游客占比达32.76%，同比暴增97.96%。“这类客群更看重沉浸式体验、互动性玩法和高品质服务，正推动景区消费从传统观光向休闲度假、生态体验和研学教育升级。”

惠民政策精准发力 上百家景区向中小學生免票

这个假期，全省136家景区对中小學生免票，广元、巴中等地还推出了随家长折扣。四川还推出“锦绣天府·安逸四川”文体消费券，其中文旅消费券3000万元、体育消费券2000万元，重点投向银发旅居、研学旅游、体育服务等领域，充分激发文体旅消费潜力。

更具深意的是，3月31日，在首个春假即将来临之际，四川首次发布春假红色旅游线路，将长征、两弹一星、改革开放、脱贫攻坚等伟大精神与教育实践深度融合，引导广大青少年在行走中接受精神洗礼。

此外，四川还发布了一批“乡遇四川”特色线路，包括“乐游嘉学·乡约非遗”之旅、“春日限定·乐享时光”之旅、“川西花路·雪山花海”之旅等，邀请游客奔赴锦绣乡村，踏春寻芳、邂逅乡土、亲近自然，尽享春日安逸。

有业内人士分析称，春假与清明的“撞车”，不只是时间上的巧合，更折射出文旅消费结构的深层变化——研学旅行从“选修课”变为“必修课”，谁能抓住亲子家庭的心，谁就能抓住文旅消费的下一个风口。四川凭借丰富的文博资源、灵活的景区政策和精准的研学产品，成功将一波“偶遇”转化为系统性机遇。未来，如何将春假的短期流量沉淀为常态化、高品质的亲子研学供给，将是各地文旅从业者需要持续作答的命题。

清明·出行

交通出行人数预计超8.45亿人次

新华社北京4月6日电 记者6日从交通运输部获悉，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84537.8万人次，日均预计为28179万人次，同比2025年清明节假期增长6%。

具体来看，公路人员流动量预计为77845万人次，日均预计为25948万人次，同比增长5.8%；铁路客运量预计为5767.9万人次，日均预计为1923万人次，同比增长8.2%；水路客运量预计为372.5万人次，日均预计为124万人次，同比增长9.8%；民航客运量预计为552.4万人次，日均预计为

184万人次，同比下降1.3%。

今年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。

交通运输部有关负责人介绍，假期首日，全国高速公路车流量突破6267万辆次，其中新能源车超过1400万辆次，旺盛的自驾出行带动景区、酒店、租车消费呈两位数增长。此外，返乡祭扫、乡村深度游等给农村地区带来了“人气”，推动消费从中心城市向城乡全域扩散。

这名负责人表示，为保障

假期人民群众平安顺畅出行，交通运输部在清明假期继续实施7座及以下小客车免收高速公路通行费政策，聚焦拥堵路段、充电特别繁忙服务区，“一段一策”“一区一策”做好疏堵保畅和新能源车充电服务。

这名负责人说，在景区景点、陵园墓地等重点区域，各地交通运输部门加大运力投放和应急调度，延长运营时间，满足群众祭扫、出游等多元出行需求。同时，交通运输部全力抓好安全风险防范，加强重大危险源提级管控，对“两客一危”车辆、高风险路段和桥隧等7类13项重大危险源实施提级管控。

清明·消费

全国重点零售和餐饮企业 日均销售额同比增长2.4%

新华社北京4月6日电 记者6日从商务部获悉，清明假期，多地实施春假连休，消费需求得到释放，为春季消费市场注入活力。

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%。

商品消费方面，截至4月5日，2026年汽车以旧换新共计收到补贴152.6万份，带动新车销售额2468亿元；家电

以旧换新、数码和智能购新产品销售6284.5万台，带动销售额2159.7亿元。商务大数据显示，清明假期，重点平台智能眼镜、智能手表手环、智能血糖仪销售额同比分别增长3.2倍、12.3%、19.6%。

服务消费方面，商务部商务大数据显示，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%，主题乐园消费同比增长11.7%，亲子研学订单同比翻倍，租车订单量同比增长约40%。