

# 春假清明6天连休带动出行热 成都消费市场尽享无限“春光”

## 成都发展

Chengdu Development

春假加上清明假期6天连休，成都彻底“热”了。

4月1日，四川多地中小学首个春假开启。春假与清明假期无缝衔接，形成6天超长假期，家庭出行需求被瞬间点燃。

出行热直接带火了消费。商圈亲子“轻消费”排起长队，博物馆研学“一课难求”，近郊露营“一价全包”成新宠，麦田里的咖啡店周末营业额破万元……6天连休，不仅让成都人走出去，也让全国游客走进来。成都，这座西部消费重镇，正在成为这个春天最亮眼的目的地之一。

华西都市报·封面新闻记者 赵奕

### 出行热

春假首日“挤爆”成都东站  
亲子客流成为绝对主力

“今年第一次放春假，刚好和清明连起来，总共有6天假，太合适了。”4月1日，成都市民刘女士带着8岁儿子来到成都东站，和3个同学家庭一行12人准备坐动车去广州长隆。她提前半个月抢票，就发现儿童票格外紧张，“进了候车厅才发现，大半都是带孩子出行的家庭，跟集体春游一样。”

数据印证了刘女士的感受。据铁路成都车站统计，4月1日至7日运输周期内，成都车站全站预计发送旅客301.0万人次。其中成都东站承担超六成发送任务，预计发送185.9万人次。客流最高峰在4月4日清明假期首日。

春假让“家庭长线游”成为主流。省外的广州、北京、贵阳、重庆、西安，省内的西昌、九寨沟、乐山、宜宾都是热门方向。带着父母和女儿去贵阳的成都市民赵先生，特意选择春假首日出行，“以前清明只有3天假，带老人孩子出门太赶。今年春假清明连休6天，终于可以慢慢逛了。”他们通过车站绿色通道快速进站，志愿者主动帮忙拿行李。

送女儿和父母去北京的陈女士，在成都东站检票口和家人挥手告别：“孩子一直想去天安门看升旗，这次春假刚好圆了她的心愿。”她给老人孩子订了卧铺，车站开辟了优先检票通道，进站很顺利。



4月4日，川超成都锦城队对阵宜宾长江首城队比赛打响，双流体育中心外的特色美食吸引无数球迷。 陈羽啸摄



4月1日，春假首日，学生在四川博物院体验手作活动。 李雨心摄



4月5日，成都崇州元通古镇迎来第272届清明春台会核心活动日，吸引八方游客共赴这场春日之约。 李旭摄

出行热是消费热的第一棒。人流动起来，钱才能花出去。

### 消费热

从商圈到研学到田野  
春假经济“多点开花”

人到了，钱花在哪？从商圈到研学再到田野，处处是答案。

商圈里的“轻消费”明显升温。成都春熙路悬空飞越剧场，春假客流量比平时增长30%至40%，单次体验20元至30元，“即来即玩”，很对亲子胃口。天府艺术公园里，家长带孩子去草地休憩，顺带走进周边咖啡店坐坐，“逛公园+消费”的组合越来越常见。

研学市场变得更灵活了。今年春假，川博研学首次开设了“春假托管营”，研学、特色展览等活动共吸引了300多人报名参与。相关负责人说：“灵活报名，可以报一天、两天或三天。”在浣花溪公园，孩子们举着望远镜观察鸟类、制作植物标本，边玩边学。家长朱政说：“比起单纯游玩，更希望孩子有点收获。”

数据显示，近一周“成都研学一日游”搜索量同比增长3倍，成都跃居全国研学搜索热门城市。成都博物馆4月4日2万张预约票告罄，全天线上门票即告罄，馆外排队蜿蜒。当晚该博物馆开启“夜游模式”，小学员们探秘石犀背后的治水传奇，石犀主题文创产品卖成了“爆款”。

近郊和乡村的沉浸式消费也很亮眼。都江堰石羊镇的亲子露营项目“春芽岛”，春假客流每天增幅在30%左右。游园游戏、小黄鸭投放、篝火晚会让孩子玩一整天，通过积分兑换礼品，形成体验闭环。“一价全包”让家长省心，餐饮、活动全打包。项目临时用工50到100人，食材采购自周边，直接带动了当地就业和农产品销售。

消费需求还在向外溢出。乐山漫悠悠迷雾森林咖啡项目，春假客流较平日增长两到三倍，日均超千人，亲子家庭占八成。项目负责人周禹伽说：“家长更愿意为孩子投入体验型消费。”很多成都、重庆的家庭上午在园区玩，下午去乐山市区吃美食，跨场景消费链条越拉越长。

火爆全网的“Color Walk（色彩漫步）”把流量变成了销量。成都市新津区一对“95后”情侣，花10多万元把一节绿皮火车“开进”麦田，改造成“田中间·站台茶咖”。3月麦田变绿后，生意火爆。老板俊俊算了笔账：周末一天能卖200多套咖啡套餐，均价48元，加上甜点和特饮，单日营业额破万元，“比预期好了一倍”。

成都市新都区千亩油菜花海里，花田火锅在花丛中沸腾。有老板说，周末营业额是平时的3倍多。东部新区桃花文化季开幕当天，接待游客超5000人次，带动农产品销售及餐饮消费近30万元，当地还成立了“养马桃花+”产业联盟。

### 体验升级

从看风景到享场景  
解锁成都“留量”密码

人来了，钱花了，怎么让人下次还想来？成都的答案是：让游客“浸”入场景。

传统景区玩出了新意。青城山—都江堰景区清明首日接待人数和收入双双翻番。国家级非遗“都江堰放水节”不仅隆重呈现古法祭祀放水大典，还配套了集章打卡、万灯祈福、研学课堂和烟火市集，让民俗“活”了起来，还专门针对中小学生在春假提供免费活动。

4月4日下午，青城山前山因客流量达到预警线2.15万人次启动暂停入园；4月5日一早，该景区与都江堰景区当日

门票均已售罄。全省5A级景区接待量和门票收入同比增幅分别达47.97%和73.98%。

古镇非遗“活”了。4月4日晚，成都崇州元通古镇迎来第272届清明春台会的高潮之夜，汇江老龙下水巡游与提灯祈福巡游两大核心活动同步上演，暖黄鎏金的龙影与点点星河般的兔灯交相辉映，千年古镇夜色变成流动的民俗画卷。成都市大邑县安仁古镇的川剧变脸、长嘴壶茶艺、手绘纸鸢、春日香囊DIY，让游客把传统手工艺的乐趣变成可以带回家的记忆。

清明假期，成都大熊猫繁育研究基地和成都动物园双双上榜美团全国十大亲子游热门景区。该基地还结合爱鸟周开展科普活动，游客王先生说：“在这里不只是看大熊猫，孩子参加活动后觉得更有收获。”这种“游+学”的模式，正是春假亲子游的核心诉求。

足球嘉年华也成了亮点。4月4日晚，19806名球迷涌进双流体育中心，为川超成都锦城队和宜宾长江首城队的比赛加油。场外足球嘉年华推出了9.9元的游园卡，可以抽奖、玩趣味活动、集章换美食券，在40多个美食摊位上通用。宜宾队还带来了燃面、凉糕、豆腐脑等特色美食，成都球迷排队品尝。“欢迎宜宾”“谢谢成都”的互动激情交响，一场球赛串起了两座城市的友谊。

预约旅游成了“稳定器”。来自重庆的游客张先生说：“我们提前三天就定好了所有行程，去哪里都得先预约，感觉现在旅游更像‘抢课’。”预约出游既疏导了人流，也让市场运行更有序。高品质景区尤其强劲，预约制让“说走就走”的冲动性出游减少，但游客的体验感和满意度反而提升了。

从“看过”到“体验过”，从“拍照打卡”到“参与其中”，成都文旅正在用一整套精细化、品质化的服务，回应市场对深度旅游的新期待。