

清明假期，来一场慢游疗愈之旅



天朗气清，惠风和畅，人们出游踏青，尽享春光。4月2日，游船从浙江省嘉兴市南湖风景区湖面驶过。

新华社发

清明假期，都市人乘高铁进山赏春，穿汉服行古礼唤醒文化基因；景区以樱花夜宴、AI花海重构自然美学；温泉度假与演唱会体验，使得三天短途游成为身心疗愈之旅。

都市人乘高铁进山赏春

穿汉服打卡博物馆、古礼祭扫成为年轻游客的“春日限定”，传统节日风俗的仪式感激活现代文旅消费。同程旅行数据显示，2025年清明假期，踏青、采茶、春日游园等清明节相关的传统文化节俗体验搜索热度同比激增75%。

高铁的便利性让城市人赏春的脚步走得更远。如长三角地区高铁路网越织越密，越来越多的游客在闲暇之余乘坐高铁到周边城市赏春景、度春光。眼下，浙江安吉白茶园的采摘活动吸引了大量游客，放眼远眺，万亩茶园苍翠连天，茶山上，采茶人与游客点缀于青叶之间；山道上，三五好友沐浴春光惬意聊天。浙江绍兴的柯桥同样非常热闹：在瓜渚湖东岸公园，70个品类、6000平方米郁金香铺成彩色花毯，与1142株樱花树交相辉映，鲁冰花、洋水仙点缀其间，高铁便利带动了大量周边城市游客前来体验。

假日期间，不少历史文化类景区借势推出民俗场景，游客穿汉服簪柳枝、执素笺写追思，以具象化仪式重构对清明的文化认同，传统节俗的创意表达与情感价值正转化为文旅融合新范式。

北京、南京、西安、重庆、苏州成为清明假期最热门的历史文化打卡地。

研学游融入传统文化习俗

在旅行平台上，博物馆历史、观星及太空主题、人工智能、自然科学和非遗文化是清明假期最热门的研学旅行主题。受众也从都市年轻人和亲子人群，拓展到不同线级城市的全年龄段人群。从“拍照打卡”到“动手参与”的转变，意味着游客不再满足于成为旁观者，而是通过知识获取、技能实践等方式，在旅行中提升自我，体验世界。

研学游在今年清明节也融入了更多传统文化习俗，美术、音乐、书法与大自然在一场场研学中实现梦幻联动。年轻人聚在一起识艾草，亲手做青团，把春天的味道吃进嘴里。用画笔捕捉自然的色彩，挥墨书写春天的诗意。还有研学活动安排进了山里的茶厂，家长、孩子们一起学习古法制茶，探索现代茶叶加工工艺，体验宋代点茶、制作五彩图案的茶果子……在茶香氤氲间留下亲子共学的记忆。

景区沉浸式体验项目热度不减。沉浸式演艺、实景剧本杀和酒店换装体验，都是游客喜爱的沉浸式旅游玩法。同程旅行平台上，江西赣州宋潮不夜城、山东红嫂家乡旅游区、牡丹江镜泊湖景区、镇北堡西部影城、万岁山武侠城等热门沉浸式体验类景区清明假期热度同比涨幅均超过2倍。

景区开启春日限定赏花活动

2025年清明假期，追求氛围感的赏花踏青成为出游市场的一大亮点。武汉东湖樱园、洛阳的牡丹花会、无锡鼋头渚樱花谷等传统赏花地持续领跑热度榜。伊犁的杏花和林芝的桃花则吸引了大量中长线游客拼假前往。

随着多地春花次第开放，赏花游成为时下大众旅游出行的重要选择。无锡拈花湾·禅意小镇以“拈花一笑，为你花开满城”策划一系列春季限定活动，为游客打造沉浸式春日盛宴。

2025上海樱花节期间，顾村公园樱花岛推出沪上首个沉浸式夜樱光影秀，以“蝶恋樱”为主题，巧妙融合光影科技、国风表演与自然景观，打造了一场“昼夜双景”的樱花奇遇。

占地千亩的武汉东湖樱花园内，1.5万株樱花正织就三月的粉霞锦缎，70余个珍稀品种或似云锦垂枝，或若轻雪旋舞，五重塔鎏金宝顶流光如洗，千年唐风建筑与现代园林美学交映成趣。

荥阳古柏渡丰乐樱花园作为河南南水北调穿黄文化旅游规划内的生态观光旅游重点项目，拥有80余种12万株珍稀樱花。游客在赏樱的同时，可以品尝特色美食、体验非遗、黄河滑沙、沙洲驼铃等项目。

来一场慢节奏疗愈之旅

近来，旅游市场迎来“反特种

兵”式消费风向。以慢节奏、疗愈向为特点的“慢旅行”取代高强度打卡，成为游客释放压力的新选择。同程旅行数据显示，2025年清明假期温泉、SPA类酒店预订热度同比上涨23%。城市居民对本地民宿的预订热度增长近三成，成都、三亚、大理、珠海、厦门等目的地热度居前。

其中，三亚各大高端度假酒店推出“海岛冥想”“落日瑜伽”等疗愈项目，将“泡酒店”转化为身心放松的完整闭环；大理洱海民宿集群推出扎染体验、围炉煮茶等在地化服务，构建“住下来即是旅行”的沉浸式休闲场景；珠海情侣路沿线“骑行驿站”、厦门鼓浪屿“音乐慢闪店”等业态，则通过“无目的漫游”强化松弛感标签，吸引年轻游客前往。

同时，“高铁+温泉酒店”形成了短途疗愈圈。如上海、杭州等城市游客会选择2小时高铁圈内的温泉酒店度过周末或小长假。

忘情投入地看一场演唱会，同样是年轻人热捧的身心疗愈新方式。清明假期，国内音乐演出相关旅游搜索热度激增。北京的张惠妹、潘玮柏演唱会，杭州的梦龙乐队演唱会都是清明假期的热门演出。大麦网最新数据显示，4月份，孙燕姿将在上海举行的演唱会，有134.3万人“想看”，陶喆将在上海举行的演唱会，103.6万人“想看”。演唱会对城市消费的拉动效应明显，一场演出就能带火一个商圈。“追一场演唱会，打卡一座城”成为流行。

据《北京青年报》报道