

春假+清明假,徐州有多“热”? 大数据都给你算好了

本报记者 张瑾

随着首个春假与清明假日到来,徐州这座历史文化名城再度迎来旅游消费的高峰期。综合美团、飞猪、同程等多平台的徐州春假预告数据,徐州跻身省内游客热门目的地前列,酒店预订量同比增长近八成。

游客规模全国第22位

据美团大数据预测,4月1日至6日期间,徐州游客规模预计排名全国第22位。从游客时间分布看,4月4日将迎来客流最高峰,与清明祭扫、踏青出游形成叠加。

据同程大数据推算,4月1日至6日,徐州游客的预订游客数、预订订单量、消费金额均已超过去年实际出游数据,出游人次、消费金额预计均可增长超30%,游客在4月4日至5日将达到最高峰。

在飞猪平台内,徐州预计旅游人次同比增长24.1%;旅游交易额同比增长68.9%,交易量排名预计全省第四,增速排名全省第五。其中,机票和火车票交易额分别增长137.0%、27.4%,景区门票交易额同比增长71.8%。

哪里的游客来徐州最多?同程大数据显示,除江苏外,客源地排名为山东、安徽、河南、浙江、上海、河北、广东、北京。美团大数据显示,2026年节假日假期前往徐州的异地游客来源省份Top10分别为山东、安徽、河南、北京、上海、浙江、河北、天津、陕西、湖北。

彭城七里拉动住宿、餐饮

从住宿热搜关键词来看,游客的关注点正在从“泛区域”转向“精准需求”。美团搜索数据显示,“徐州住宿”搜索量同比上升77.4%,多家知名连锁品牌热度持续攀升。尤为值得注意的是,“徐州欧乐堡海洋极地世界”作为关键词搜索量同比激增622.7%,显示出主题乐园对住宿的强劲拉动作用。交通枢纽与景区周边也成为住宿搜索重点:“徐州东站”搜索量上涨18.7%，“云龙湖”搜索量上涨86.0%。

美团数据还显示,全市住宿预订量同比上涨,其中徐州民宿搜索同比上涨53.5%。徐州城市更新项目彭城七里所在的鼓楼区、云龙区、泉山区,成为游客住宿最为密集的区域。贾汪区和铜山区住宿预订量排在三大区之后。

据飞猪平台,徐州假日酒店交易额同比增长79.8%。

在餐饮消费端,徐州特色美食的“网红效应”充分释放。据美团节假日前30天餐饮搜索数据,“烧烤”仍是徐州餐饮的第一关键词,搜索量同比增长24.2%。其中,“贾青烧烤”搜索量同比暴涨2857.2%，“老拾烧烤”上涨402.4%,成为现象级“爆款”。此外,“地锅鸡”“米线”等传统特色美食搜索量分别增长16.7%和38.3%。

主题乐园赋能消费

从景区消费来看,主题乐园成为春假与清明期间的绝对主力。美团数据显示,预计春假与清明期间,徐州主题乐园类景区将吸纳63.2%的游客,远超其他类型景区。热门景点Top10分别为:徐州乐园欢乐世界、彭城风华、云龙山索道、徐州九顶山野生动物园、徐州博物馆、徐州汉文化景区、徐州方特乐园、徐州龟山景区、马陵山风景名胜、徐州园博园。

搜索数据透露了更大的增长潜力。“徐州方特乐园”搜索量同比上涨787.8%,成为景区关键词中增长最快的“黑马”。此外,徐州博物馆搜索量增长38.3%,户部山增长65.0%,显示出文化类景点的关注度仍在持续攀升。

从细分人群来看:女性游客最喜爱的景区类型TOP3分别是主题乐园、其他旅游、动物园;Z世代游客(95后)青睐的景区类型包括主题乐园、其他旅游、动物园;而中老年游客的首选则是主题乐园类景区。

记者了解到,徐州文旅部门提前部署、多维聚力,推出8条精品研学线路、80余项文旅活动、30余场文博体验,推动多元业态深度融合,文旅优惠措施与便民服务形成体系化覆盖。

6天假期,徐州准备好了

本报记者 张瑾

4月1日至3日春假衔接清明小长假,汇成6天畅意连休。围绕“春启汉韵知行徐州”主题,徐州各景区、旅游度假区、乡村旅游重点村集中推出研学活动、惠民举措和特色线路,文旅市场热度持续攀升。截至3月31日晚,徐州已接待预订研学游团队217个,门票和团队服务销售额超500万元。

研学游成春假主力

假期前夕,徐州各主要研学点位预订情况已明显升温。

在贾汪区,传统督公湖桃花踏春季升级为“踏青研学季”,近20个点位的赏花地图串联全区春日美景。潘安湖润势研学基地、龙吟湖猫岛、众禾田园、风之谷、茱萸养生谷等新增或升级后的研学场所,涵盖自然科普、田园体验、亲子互动等多元场景。

铜山文旅面向春假学生及亲子家庭,推出历史研学、生态美育等6条精品主题线路、23项文旅活动,并同步发放春假文旅惠民消费券。当地还联动中国矿业大学、江苏师范大学等高校,招募大学生青春文旅体验官,以“青春经济”激活消费。

春假研学精准激活了亲子家庭、中小学生的出游需求,直接带动文博场馆、主题乐园预订热度显著增长。徐州博物馆的历史课系列、淮海战役纪念馆围绕“铭记”主题开展的系列社会教育活动,正本农场的种植、扎染、造纸等体验项目,汉文化景区的汉服设计,铜山棠张果果部落的农耕体验等,均是受欢迎的沉浸式研学项目。

外地客源明显上升

徐州九顶山野生动物园为春假设计系列研学活动,重点强化现场动物科普讲解。园区预计接待研学游客约1万人,其中外地游客7500人,相关门票及服务销售金额约50万元,配套酒店已预

订80间客房,市场表现活跃。

欧乐堡海洋极地世界同样迎来预订高峰。景区负责人透露,今年春假客源结构出现明显变化:江苏省内其他城市客源比例大幅上升,亲子游、研学游成为主力,酒店预订比去年提早至少一周,“我们结合环保主题推出了新的研学课程,填补海洋知识空白,很受家长和学校欢迎。”

徐州春假研学的实施,对旅游消费市场产生多维度、深层次的拉动作用。据徐州市文旅部门统计,全市27个重点景区(4A级以上及欧乐堡、九顶山野生动物园、方特乐园等)和部分乡村旅游重点村,共开展特色研学活动43项,推出8条研学游线路。截至3月31日晚,徐州已接待预订研学游团队217个(本地125个、外地92个),游客量3.14万人(本地2.37万、外地0.77万),门票和团队服务销售额520.58万元,酒店和民宿预订1618间,预订金额116.8万元。

促进文旅业态升级

徐州春假对旅游消费市场的拉动,不仅体现在门票和团队服务上,更覆盖餐饮、零售、户外装备、文创产品等多个领域。

业内人士分析,春假精准激活亲子家庭和中小学生对基础型、品质型、体验型升级。徐州各地借机打造“赏花+露营”“赏花+市集”“研学+文旅”等融合业态,进一步拓展消费空间。

“此次6天假期,既是一次很好的压力测试,也是一次产品升级的契机。”徐州市文广旅局相关负责人表示,假日期间,徐州文旅推出涵盖景区门票、交通出行、文化演出等多重福利,为市民、游客奉上“优惠大礼包”。未来,徐州将继续深化“文旅+研学”融合,推动更多景区从观光型向体验型转变,让“汉韵徐州”成为更多家庭出游的优选目的地。



云龙湖边汉服活动。



马陵山景区研学活动。



九顶山野生动物园研学活动。 通讯员 王琨 摄 部分图片由受访单位提供