

自驾兜风、赏花采摘、乡野探秘——

清明假期遇见最美人间四月天

清明至，春意浓，正是踏青好时节，阳江旅游市场迎来春季首个出游高峰。记者从我市多家旅行社和在线旅游平台了解到，今年清明假期虽不调休，但短途游、周边游需求全面释放，市民出游更重松弛感与沉浸式体验，赏花踏青、田园采摘、红色研学成为三大热门主题，自驾出行、微度假模式备受青睐，清明“春游档”消费市场活力满满。

文/图 阳江日报记者 梁弛



不少游客到阳西龙高山赏花、露营。
陈恒元 摄

自驾“微度假”

3小时交通圈慢享春日好风光

“不用赶远路，全家自驾去新洲登紫罗山、泡温泉，一天时间轻松又惬意。”市民黄政宇告诉记者，清明假期短，周边轻出行成为首选，约上亲友自驾走走停停，既能亲近自然，又能感受春日美好。记者采访发现，今年清明，阳江市民出游主打短途、灵活、舒适，依托完善的高速路网和便捷的乡村道路，“3小时旅游圈”成为主流，市区郊外、周边县域的踏青线路成香饽饽。

和黄政宇一样，不少市民选择本地及周边自驾出行，形成错峰早出发、午后慢游玩、傍晚轻松返的出行节奏，既兼顾清明祭扫，又不耽误踏青赏景。市民谢艳玲带着孩子前往阳东区雅韶镇的桑葚种植基地，体验采摘乐趣：“假期不长，不用远走，家门口的田园风光就很

有味道，孩子能亲近自然，还能体验劳动的快乐。”市民张泽则选择近郊野餐，在共青湖公园搭起天幕，伴着湖光春色野餐闲谈。他说：“不用赶行程的微度假，才是清明踏青的正确打开方式。”

自驾出行的火热，也推动旅游消费向短途、高品质转变。记者从市区多家旅行社了解到，传统低价观光团遇冷，赏花专线、祈福登高套餐、田园采摘体验等个性化产品预订量大幅增长，小团自驾、定制体验成为新趋势。携程平台数据显示，清明假期各类周边游订单量环比增长显著，机票、长途酒店预订热度回落。而本地民宿、乡村农家乐、景区周边停车场的预订量同比上涨，旅游消费更趋理性务实。



市民攀登新洲紫罗山。



采摘桑葚也是春日一种不错的野趣。

乡村“反向游”

小众山野田园成为踏春新宠

在清明的踏春热潮中，不少游客告别城市的喧嚣，转而投向原生态乡村、小众山野，开启一场人少景美、贴近自然的春日之旅，以乡村田园、小众山野为核心的踏春目的地备受青睐，成为阳江清明旅游市场的新亮点。

“往年去热门景区看人山人海，今年特意选了阳春那星村，百亩稻田一望无际，田埂间走走停停，还能逛乡村集市，感受最淳朴的春日烟火气。”市民周琪表示，她在社交平台看到网友分享的小众踏春点后，立刻约上朋友前往，原生态的乡村风光、悠闲的游玩节奏，让清明踏青更有意义。市民唐勇军则带着家人前往阳西龙高山，露营看海、登高望远：“没有拥挤的人流，只有海风与春色，这才是踏春该有的松弛感。”

小众踏春目的地的走红，也带动了乡村旅游的发展。我市多地立足山海田园与特色农业资源，打造了一批近郊游、亲子游、

田园游热门点，阳东区大沟镇的圣女果采摘园、塘坪镇的蓝莓基地、新洲镇的茶场，都成为市民清明踏春的好去处，采摘鲜果、品尝农家菜、体验农事活动，让乡村游既有“颜值”又有“内涵”。“清明期间，咨询乡村小众踏春线路的游客明显增多，特色古村、田园农场、山野露营地的线路预订量同比增长约三成。”市人民广场附近一家旅行社工作人员陈闲介绍，针对游客需求，公司推出了多条乡村深度体验线路，搭配田园采摘、民俗体验等内容，深受游客欢迎。

随着交通条件的改善、乡村旅游配套的升级，小众踏春从冷门选择变成热门偏好，既丰富了阳江旅游市场的供给，又推动了乡村振兴与农文旅融合发展。而游客对小众、原生态目的地的青睐，也反映出旅游消费更趋理性多元，在亲近自然、放松身心的同时，感受乡村的变化与美好，成为清明踏春的新追求。



游客参观恩阳台独立大队遗址。



家长带孩子到红色研学基地游玩。

玩法“多元化”

赏花采摘研学共筑春游新体验

清明小长假虽仅有三天，却点燃了市民的踏春热情，赏花、采摘、研学等多元出游需求叠加，让阳江“春游档”旅游市场精彩纷呈。“节前半个月，春日赏花、田园采摘的咨询量就环比上涨五成，阳春春湾的十里画廊、东水山的茶叶节采摘、阳西的格桑花海线路最抢手。”市区石湾北路一家旅行社负责人林经理表示，针对清明出游特点，旅行社推出了10余条短途特色线路，融入青团手作、清明诗词打卡、春茶采摘等体验环节，游客参与度极高。

广湛高铁的便捷性也持续释放，不少市民选择高铁短途游，前往江门、珠海、广州等周边城市，逛古镇、赏春色、品美食。“高铁半小时到江门，逛赤坎古镇、吃特色美食，一天往返很方便。”市民黄春林说，高铁出行省去自驾的疲

意，能更好地享受游玩的乐趣。而在阳江本地，文旅融合的出游体验同样备受青睐，阳东区新洲镇整合紫罗山生态登山、高温康养温泉、恩阳台独立大队红色研学三大资源，成为清明短途游的热门目的地，登山赏杜鹃、泡温泉康养、访红色旧址忆初心，一站式体验让游客直呼过瘾。

业内人士表示，清明旅游市场的火热，源于市民出游观念的转变，从“走马观花”到“深度体验”，从“远途打卡”到“本地挖宝”，游客更注重在旅途中收获美好与感悟。赏花游邂逅春日浪漫，采摘游体验田园乐趣，红色研学传承文化记忆，三大主题线路各有特色，满足了不同年龄段游客的需求，也让阳江清明旅游市场呈现出百花齐放的多元态势。



让“儿童友好”成为旅游业暖心底色

徐虹 李慧

近日，国家发展改革委、国务院妇女儿童工作委员会联合出台《关于在全社会推进儿童友好建设的意见》(以下简称《意见》)。《意见》的出台不仅是对儿童权益的保障，更是对旅游业供给侧结构性改革的一次深刻指引。推进旅游领域儿童友好建设是落实投资于人的体现，是契合消费需求、有利于优化旅游生态的举措。

儿童友好是指为儿童成长提供适宜的条件、环境和服务，切实保障儿童的生存权、发展权、受保护权和参与权。截至2025年底，我国已有116个城市开展儿童友好城市试点建设。各地各领域儿童友好建设取得了积极成效。

儿童友好建设是落实投资于人的有效举措。《意见》提出，公共设施建设充分体现儿童友好理念，推广儿童友好“街区+”“社区+”“公园+”建设模式。各地应对照《意见》要求，开展科学合理的适儿化改造。例如，博物馆、科技馆等场馆可降低展陈高度、增设儿童解说系统和互动体验区；自然景观区可规划亲子徒步路线、增设儿童休憩点和安全防护设施。同时，需建立儿童友好服务标准，提升从业人员的专业素养。例如，景区增设儿童服务窗口、配备专业的亲子导游和儿童安全员；酒店、民宿推出亲子房型，配备儿童洗漱用品、床栏等设施；餐饮场所提供儿童餐、儿童餐椅等服务。

儿童友好建设是契合消费需求的务实之举。在研学旅游、博物馆旅游、亲子旅游等形式日益受欢迎的趋势下，儿童是影响消费决策的关键因素之一。旅游领域的儿童友好建设核心逻辑在于通过降低儿童进入的物理门槛，提升儿童体验的情感黏性，最终撬动家庭出行消费增长。旅游企业应摒弃儿童相关旅游产品设计中的“简单思维”，立足儿童的身心特点和认知规律，结合地域文化特色，开发多元化、沉浸式的儿童友好文旅产品。一方面，深挖文化内涵，打造“文化+趣味”的研学产品，例如，将非遗技艺、红色文化、自然科普转化为儿童可参与、可体验的互动项目，让儿童在游玩中感受文化魅力；另一方面，创新体验形式，结合亲子需求打造主题化场景，例如，田园研学、童话体验、户外探索等，丰富亲子互动形式，让旅游产品兼具趣味性和教育性。

儿童友好建设是优化旅游生态的必然选择。《意见》提出，“推动儿童友好建设是一项常态化、长效化工作，不搞示范创建，不开展验收认定，不授予称号”。这释放了一个明确的信号，儿童友好建设是需要全社会常态化、长效化参与的民生工程。对于旅游业而言，这意味着要跳出“项目思维”，转向“生态思维”。应以生态协同化构建为支撑，形成全社会参与格局。政府部门应加强统筹规划，出台专项支持政策，将儿童友好旅游项目纳入城市建设规划，给予资金、土地等方面支持；旅游企业应主动作为，将儿童友好理念融入企业发展战略，打造儿童友好品牌；社会机构可发挥专业优势，通过志愿服务、公益帮扶等形式，参与儿童旅游的组织和运营；鼓励家长和儿童参与旅游产品的设计和评价，让儿童友好建设真正贴合需求。

从儿童视角看世界，不仅可以带来城市文明的温度，更可以带来旅游业转型的深度。《意见》的出台为旅游业打开了新的发展空间。业界应以此次政策实施为契机，真正用“一米高度”看世界，将儿童友好理念融入行业发展的每一个细节，让儿童友好成为旅游业的暖心底色，让旅游成为儿童认识世界、快乐成长的生动课堂。

据《中国旅游报》

公益广告

汇聚你我之力 共建文明之城

