

“南北互跨游”预热，山东解锁双重身份



冬已至，季节更替，在全国“赏叶热”的当下，“南北互跨游”悄悄拉开帷幕。其中，山东凭借“客源输出地”与“旅游目的地”双重身份，成为这一趋势中的重要参与者，文旅企业、旅行社等已经为接下来的市场开始布局。

记者 孙远明 济南报道

最新假期确定 催热南北“交换冬天”

当2026年假期计划出炉后，济南张女士便订上了元旦假期去往昆明的机票。“提前一天出发，能省近一半的价钱。”

像张女士这样，假期选择“南北互跨游”的人不在少数。去年冬季，南方“小土豆”“小砂糖橘”们奔赴北方冰天雪地，北方游客转身走向南方的暖阳与大海，“南北互跨游”热情高涨。这份热度延续到了今年。

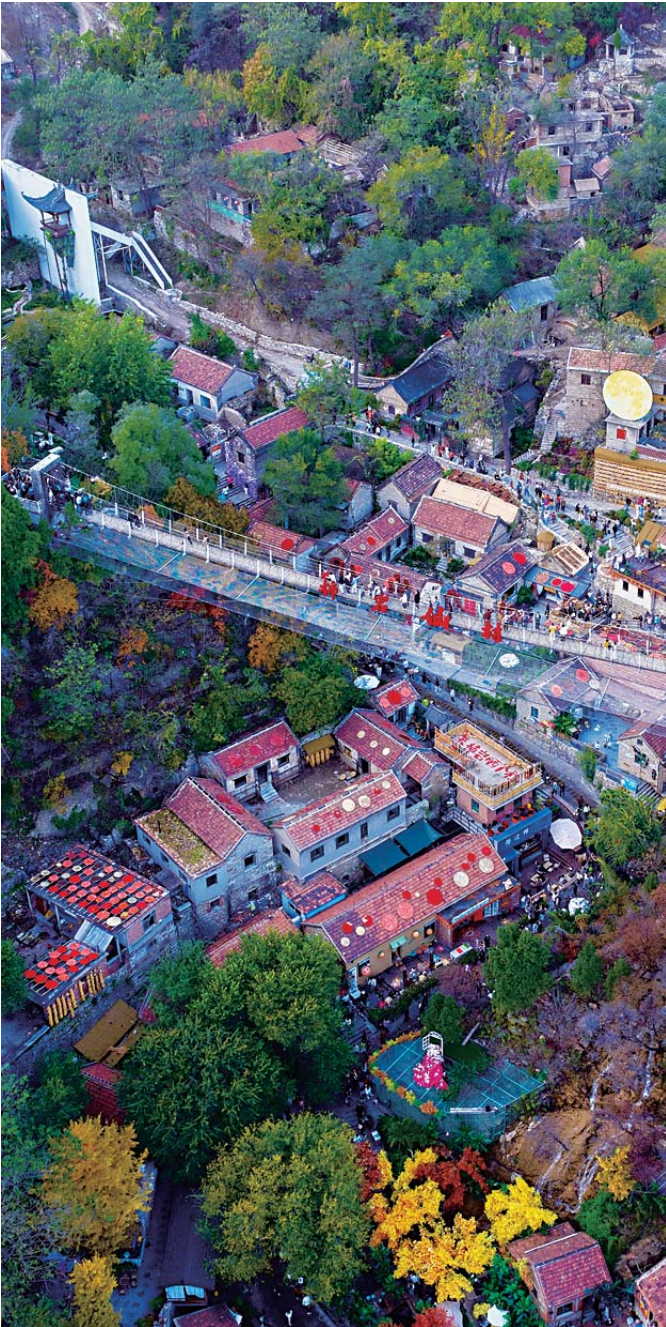
尤其是春节假期达9天的消息发布后，更为“南北互跨游”添了一把火。数据显示，消息发出不到半小时，去哪儿旅行App上，元旦期间的火车票、春节期间的火车票和国际机票搜索量瞬时增长翻倍，且仍在冲高。春节期间出发的机票搜索量瞬时增长3倍。从已预订的机票量来看，2026年春节出行的机票量同比2025年增长63%。从搜索量来看，春节期间国内游搜索热度较高的城市依然是三亚、大理、哈尔滨、海口、西双版纳等旅游城市，呈现明显的南北趋势。

其实，早在10月底，南方省份已经开始主动“出击”，以暖冬资源吸引北方游客。广西于10月底先后赴北京、哈尔滨开展“康养旅居 冬游广西”推介活动，推出冬季主题旅游线路与惠民政策，诚邀北方游客“交换冬天”，感受南方湿润气候与多元文化。

山东在“南北互跨游”浪潮中兼具“客源输出地”与“旅游目的地”双重身份。携程数据显示，作为客源地，山东游客更青睐南方暖冬体验，三亚、云南等是热门之选。作为目的地，山东凭借特色体验吸引南方游客，类似青岛、济南、淄博等去年都是热门打卡城市。

产品先行 冰雪、温泉预订升温

山东国信国际旅行社总经理李圣娥最近很忙。最近济南天气晴好，济南赏叶、趵突泉赏菊等线路产品很受欢迎。当前，旅行社针对“南北互跨”需求，同步推出南北双向产品。针对北方游客“避寒”需求，推出厦门暖冬游、云南腾冲赏银杏泡温泉游、九寨沟秋色游等线路，其中，腾冲、厦门线路成



山东文旅·红叶柿岩旅游区

为近期热门选择。针对南方游客“玩雪”需求，东北线路滑雪、赏冰灯等产品线路正在预热，预计12月哈尔滨冰雪大世界开启后会达到旺季，产品将持续至次年2月。

11月初，也是济南各大滑雪场为“打板”预热，积累客源的时候。市内济南卧虎山滑雪场、金象山滑雪场等已陆续启动2025—2026雪季季卡销售。其中，卧虎山滑雪场短短几天销量近千张，较往年增速显著。总经理曹付强介绍，南方游客当前已成为雪场重要发展客群，占比约20%，雪场通过渠道合作、景点捆绑线路等方式，持续拓展南方市场。

“我们还增加了智能头盔及智能眼镜，供大家拍照、录视频，记录自己的精彩瞬间。”曹付强介绍，今

年雪季，雪场进行多重升级，中级道增加一条魔毯，提升百分之三十的运力及场地面积，初级道向东扩容，更适配初学者与单板练习者。

同样属于冬季热门的“温泉”，近段时间随着天气转凉也迎来客流升温。“高峰时段单日最高接待量达2000人次。”临沂智圣汤泉营销部经理王海伟介绍，今年针对南方游客优化服务，新增温润型主题泡池搭配康养配方，降低温差不适感；餐饮端增加清淡口味餐品与南方特色小吃，并联动周边景区推出联游线路及一站式预订服务。数据显示，近期客群中南方游客占比约8%，较去年同期的5%实现稳步增长。

■文旅动态

红叶引客，红叶柿岩每周末近200个大团涌入

记者 乔显佳 济南报道

眼下正值红叶季，作为省内的著名赏红景区，淄博红叶柿岩在收获大量散客的同时，也受到渠道商、团队游客的青睐，这一点，对旅游同业很有启迪。

11月7日一天，济南旅游集散中心堤口路分公司总经理王霞忙得不可开交，次日是周六，有12辆旅游大巴车经她组织，将前往淄博红叶柿岩旅游区一日游。作为红叶柿岩在济南地区的唯一渠道商、代理商，本周末发车数量还不是多的，前几个周末，多的时候每周末发二十几车，使用的都是26至50座的中巴车、大巴车，如此算来，一个红叶季的发团量很可观。

对于旅游渠道商(旅行社)，红叶柿岩旅游区总经理李鹏一直比较重视，并很善于利用好旅行社启动市场。接受采访中他说：“对旅游营销而言，守正才能创新”，他认为，很多

同行强调创新没错，一股脑儿冲向新的营销、获客手段，实际效果不明显，反而失去了原有的市场基础。红叶柿岩把团队市场看得与散客一样重要，上个周末，红叶柿岩直播门票销售一度冲上全国景区排行榜第二名，自驾游更是稳占九成以上客源，但是，继续保持一定的团队市场很重要，继续搭好完整扎实的渠道体系就是基础。

作为业内知名旅游职业经理人，李鹏认为，旅行社仍有不可或缺的作用，一方面是还有一部分游客需要，另一方面善于深耕地方，拥有各种纳客网络，很多坚持在一线的旅行社都是旅游界的基石，应该相信他们，尊重他们。进而实现让各个渠道各安其所，相互支撑和补充，互相带动的市场局面。他介绍，这个红叶季，红叶柿岩旅游区每个周末两天平均会有大巴团近200个，团队出游的带动作用不可小觑，风向标性很强，对于旅游市场的稳固有着很大的作用。

台儿庄古城推出淡季“潮汐票价”

记者 乔显佳 济南报道

为刺激旅游消费，今年11月，山东著名的5A级旅游景区枣庄台儿庄古城也搭上了“双十一”这班顺风车。

据悉，该景区近日推出门票、酒店、游船、汉服等产品的淡季价，均以套票的形式推出，售卖时间限定在2025年11月1日至11月11日的每天16:00至22:00，一共11天，游客需通过其择定的抖音直播间购买。在2025年12月31日，2016年1月31日之前完成消费。

秋意正浓，时下正是游客出游的好时节。作为一座名气在外的头部5A级旅游景区，台儿庄古城如此营销力度颇大，比较少见。其中，门票方面，游客从直播间限时购票99元/张，日常挂牌价是118元，使用时间在2025年12月31日之前。

“船游”是近年来台儿庄古城培

育出的一张名片。此次，台儿庄古城“双十一”活动中，也推出摇橹船套餐，挂牌价178元，本次128元/套，包括一张成人门票，一张游船票；平时，古城对周边5座城市施行“同城门票”政策，这些地区的市民，可以享受同城门票加上摇橹船60元/套的优惠价，挂牌价则需100元/套。

在穿的方面也下了功夫。台儿庄古城内拥有“大河行舟”等著名打卡点，也是游客青睐的汉服打卡地，在此更能拍出古风韵味，每一个转角都是一张绝美照片，“双十一”抢购价138元/人，相比平时等于买一送一。购买后需在2026年1月31日之前用完。

记者采访中了解到，在旅游淡季，旅游项目采取“潮汐价格”几乎是行业惯例，以前更多在酒店中发生，随着市场发展，越来越多的景区甚至著名景区也参与进来。

山东第一批水下文物保护区上新， 更名为“威海湾甲午沉舰遗址”

记者 孙远明 济南报道

近日，山东省人民政府调整了第一批水下文物保护区，将“来远”舰遗址、“靖远”舰遗址纳入第一批水下文物保护区，更名为“威海湾甲午沉舰遗址”。

从2017年至2023年，国家文物局考古研究中心、山东省水下考古研究中心、中国甲午战争博物院、威海市博物馆联合组队，持续七年在威海湾开展水下考古重点调查和研究工作，确认了三艘甲午沉舰身份及保存状况，出水4000余件文物。威海湾甲午沉舰遗址是1895年中日甲午战争北洋海军沉舰遗址，均位于威海市刘公岛以南威海湾海域内，包含“定远”舰遗址、“靖远”舰遗址、“来远”舰遗址三处。

2022年1月14日，山东省政府公布了第一批水下文物保护区，以“定远”舰沉船所处的“威海湾一号沉

舰”遗址列为全省第一批水下文物保护区。2023年10月，山东省完成威海湾甲午沉舰水下考古工作，国家文物局公布威海湾甲午沉舰水下考古成果，确认发现“来远”舰、“靖远”舰。为做好“来远”舰、“靖远”舰的保护，2024年，山东省文化和旅游厅组织开展了第一批水下文物保护区调整工作，并委托山东省水下考古研究中心承担具体工作。2025年3月，山东省水下考古研究中心赴威海对“定远”舰、“来远”舰、“靖远”舰遗址区域进行了测绘，并根据新修订的《中华人民共和国文物保护法》划定了保护区域范围、拟定了保护措施。

这次山东省水下文物保护区调整和保护措施的提出，是新修订的《中华人民共和国文物保护法》颁布实施后，对水下文物保护区划定工作的首次实践，对促进水下文物保护和管理工作有重要意义。