春节旅游市场观察：
团圆方式迭代 沉浸体验多元

■中国城市报记者 张亚欣

今年春节假期长达9天，堪称“史上最长春节假期”。这个假期深度融合了返乡与出游的双重需求，将全民的出游动能推向了历史新高。经文化和旅游部数据中心测算，春节假日9天，全国国内出游达5.96亿人次，国内出游总花费8034.83亿元，较2025年春节假日8天分别增加0.95亿人次和1264.81亿元，游客人数和花费均创历史新高。

中国城市报记者综合各大在线旅游平台数据发现，今年春节旅游市场呈现出团圆方式迭代、目的地多点开花、消费品质升级、科技文旅融合的鲜明特征，更多元化、更具深度、更有温度。



春节期间，来自天南海北的游客在北京南锣鼓巷深度体验特色胡同文化。 中国城市报记者 全亚军摄

“反向过年”成潮流

在大部分游子踏上返乡路的同时，一批老年人正“逆向”从家乡奔赴子女工作生活所在的城市。今年春节，“反向过年”不再是小众选择，而是一道亮丽温馨的风景线。

小红书发布的《2026春节新趋势报告》显示，平台上“反向过年”相关搜索量同比猛增45倍，不少年轻人选择将父母接到自己工作的城市共度春节，以更从容的相聚替代忙碌的应酬。“回乡的票不好买，我决定接父母来上海，今年在上海过年！”来自山西太原的罗茜已在上海安家，她告诉中国城市报记者，这个春节假期，自己与父母在上海团聚，还带他们打卡了外滩、田子坊、豫园等网红地，过了一个“反其道而行之”的年。

实际上，这一趋势所反映出的是，00后或已正式成为“春节主理人”。据小红书数据，“我是春节主理人”话题曝光量超93亿次，相关笔记发布量超过484万篇，其中00后占比高达45%。

去哪儿数据显示，今年春节期间反向飞往北上广深一线城市的旅客中，18%为50岁以上人群，其中60岁及以上旅客同比增长超一成。对于一些老年人而言，这次出行甚至解锁了他们人生第一次飞行体验。数据显示，今年春节假期，60岁以上乘客在去哪儿平台上购买“人生第一张机票”的数量增长了两成。

另据同程数据，春节假期前一周从中西部主要城市飞往深圳、广州、上海、北京、杭州等地的机票预订热度较去年增长了近40%，其中50岁以上客群占比相较去年显著上升。

“反向过年”的风潮直接带火了一线城市的住宿市场。途家民宿数据显示，春节期间，30—45岁用户的民宿预订量占比超过六成，其中超七成“带娃出行”，家庭订单直接带动多居室房型预订量显著增长。为了让操劳一年的父母享受假期，许多年轻人选择环境更舒适的民宿或酒店。

特色文化城市迎来“泼天流量”

一批由小机场串起、民俗与非遗特色鲜明的城市在春节假期强势走红。

木鸟民宿发布的《2026春节民宿消费报告》显示，“三南两广”成为今年春节假期最大赢家。河南、云南、海南春节民宿订单同比分别增长241%、207%、195%；两广地区，除北海名列全国“TOP10”外，潮州、湛江、防城港、崇左等地订单热度同比均实现1.5倍以上增长。去开封过个“大宋中国年”强势“出圈”，带动开封春节民宿订单同比增长542%。

途家民宿数据也印证了这一趋势，拥有英歌舞、“青狮献瑞”拜年仪式等潮汕年味的广东揭阳，春节民宿预订量增长3.8倍，增速领跑全国城市。拥有非遗制茶技艺的云南普洱，以木版年画、开封灯会著称的开封，民宿预订量同比分别增长了2.6倍和2.3倍。

马蜂窝大数据显示，春节期间“非遗体验”搜索量同比增长180%，其中00后人群占比最高，成为非遗体验的核心群体。粤港澳大湾区依旧年味儿浓郁，舞狮、英歌舞、烧火龙等非遗项目持续“圈粉”；河南开封深耕“宋文化”IP，清明上河园庙会热度环比增长163%，“宋宴”“灌汤小笼包”相关搜索热度上涨超300%；贵州铜仁推出非遗格外美旅拍服务，让游客可以沉浸式感受非遗魅力，带动城市热度激增139%。

“总觉得年味儿有些变淡了，今年我打算和家人一起寻找年味儿。”安徽姑娘曹芯说，早在去年她就被潮汕的巡游活动种草，今年春节假期她和父母一起前往汕头旅游，不仅大饱眼福，而且吃到了地道的潮汕美食。

广东成为今年春节“年味儿”旅游的最大赢家。同程数据显示，以“请到广东过大年”为主题，全省主推非遗年俗与新潮体验，同步启动文旅消费惠民补贴。汕头酒店预订热度同比增幅超80%，领跑全国；潮汕地区的游神赛会、英歌舞等传统年俗为游客营造了沉浸式体验。福建福州推出“来福州，过福年”新春文化旅游月，举办超1800场活动；江西赣州、云南德宏等地的少数民族特色迎新活动体验感十足，带动当地特色民宿预订量实现翻倍增长。

“非遗热背后，是游客从观光型旅行向文化沉浸式体验的转变。”途家民宿高级副总裁胡阳表示，在民宿场景中，房东作为连接游客与当地文化的纽带，使非遗、民俗等成为游客可触碰的生活日常。这种通过民宿体现出的文化归属感，正在重塑特色地市的文旅竞争力。

科技让年俗更时髦

今年春节，旅游市场的另一大亮点是科技与文化的深度融合，AI技术广泛应用于出游全场景，科技赋能非遗传播，让传统文化以更年轻化、更具吸引力的方式呈现，推动文旅消费从观光型向体验型转变。

AI成为春节出游的重要助手，“跟着AI过大年”成为新时尚。同程旗下旅行智能体DeepTrip数据显示，春节期间有关交通票务的提问占比约57.4%，景点游玩相关内容提问占比约20%，地方过年习俗相关内容提问占比约12.9%。30岁以下年轻人是提问主力，AI既成为行程规划助手，也充当了“年俗管家”。

让AI帮忙下单餐饮、订机酒、买电影票成为新“民俗”。春节假期，飞猪AI订单量比节前增长了800%以上，简单便捷的AI订门票最受欢迎，订单量大增超24倍，峨眉山景区、黄山风景区、清明上河园是AI订门票的大热门。操作简单、方案合理，越来越多的高客单价服务也由AI来完成。这些AI订单中，机票平均每张成交价格超过700元、酒店平均每晚成交价格接近300元。

科技赋能非遗传播，让传统文化“活起来”。在贵州铜仁，马蜂窝运用智能机械臂加格莱美慢镜头技术推出“让非遗格外美”活动，以千分之一秒的超高帧率捕捉非遗技艺细节，让静态景观与动态非遗隔空对话。活动筛选了石阡说春、德江傩堂戏、思南花灯戏等12个非遗项目，通过“智能机械臂+4K高速摄像机”搭配AI视觉优化算法，极致还原非遗表演的动感和服化道的质感。

入出境游双向升温

9天超长假期为入出境旅游提供了充足空间。

春节入出境旅游双向升温，平台数据彰显强劲活力。入境游方面，携程数据显示，总体境外游客（含港澳台）入境机票日均订单同比增长21.29%，对英国、加拿大免签新政带动相关订单分别增长16.4%、23.5%；飞猪入境机票订单同比增长近10倍，外国游客足迹覆盖107个城市，既聚焦大城市也将视野延伸至小众目的地；途牛数据显示，非遗、民俗类入境游需求激增，特色文化城市接待量增幅显著。

入境游客偏好差异化明显。携程数据显示，西欧游客偏爱文化类景区（39%），东南亚游客更青睐乐园类（33%）景区；飞猪数据显示，传统文化类景点预订量占比超六成，核心历史地标相关预订量增长超3倍；途牛数据显示，入境家庭客群占42%，“景点+非遗”打包产品受欢迎，相关项目预订量增长超1.2倍。

平台赋能成效显著，带动产业增收。携程简化入境预订，赋能旅行社入境订单量增长近15倍；飞猪推出“中国年味”套餐，相关订单量增长180%，带动周边酒店入住量增长25%；途牛布局入境定制游，订单量增长130%，联动景区提升体验。

出境游同步发力，消费升级明显。飞猪出境相关订单量均增长30%以上，中长线目的地订单量增长超2倍，东南亚仍是主流；途牛数据显示，短线自由行、长线跟团游火爆，冬奥会带动意大利相关订单量增长超2倍，小众目的地热度提升；携程数据显示，出境独立出游产品占比74%，凸显了相关游客出行的灵活性需求。

□印刷单位：人民日报印务有限责任公司 □印刷单位地址：北京市朝阳区金台西路2号 举报邮箱：jubao@people.cn 违法和不良信息举报电话：010-65363263