

当情绪价值弥漫春游市场： 跨城拥抱春天，爱赏花更爱“住下”

■中国城市报记者 张亚欣

一张便宜的机票、一间看得见风景的民宿，正串联起人们对春天的所有想象。

告别寒冷沉寂的冬天，随着气温回升，全国多地暖意融融，鲜花次第绽放，“追花游”毫无悬念地成为当下季节最热门的旅行方式。与以往不同的是，今年的春季赏花游市场不仅呈现出“跨城追逐”的性价比热潮，更展现出游客从打卡向沉浸式体验的深度转变。

春日“迁徙”跨城追花

去哪儿数据显示，3月中旬的周末，与“赏花”相关的关键词搜索量环比增长超过六成。杭州、成都、武汉、昆明、大理等传统赏花热门城市稳居国内赏花热度前列。江苏无锡太湖鼋头渚凭借赏樱主题，热度大增1.3倍，吸引众多“追花族”打“飞的”专程前往。飞赴四川西昌、巴中等地赏花的机票量翻番，云南普洱酒店预订量增幅更是达到1.7倍。

传统赏花人气城市热度不减，普洱、西昌等“宝藏小城”表现亦甚抢眼，造成这种现象的本质是旅游消费市场的分层与流量溢出的共同结果。文化和旅游部全国公共文化发展中心乡村公共文化服务研究院学术委员、闻旅CEO周海涛在接受中国城市报记者采访时分析称，传统热门城市具备极高的认知度和成熟的基础设施，是“首次追花者”的首选，也是相

关市场的基本盘。这些城市的景区通过不断创新，如鼋头渚的AR互动、东湖的夜游演艺，持续巩固着“顶流”地位，满足了大众市场的刚需。

而对于“宝藏小城”的崛起，周海涛提到，反映了两个趋势。一方面是部分游客审美疲劳与探索欲的平衡。资深游客在多次打卡大IP目的地后，开始追求更独特、更小众的风景。另一方面，社交媒体的“去中心化种草”发挥了作用。过去流量集中在头部目的地，如今西昌的蓝花楹、普洱的三角梅等小众美景通过短视频和“种草”平台迅速“出圈”，形成了大众对新目的地的认知。这些小城往往花景更分散、更具在地性，且保留了松弛的生活节奏，恰好契合了当下游客远离喧嚣、追求“松弛感”的心理需求。

春节后的错峰出行窗口期，让这场追花之旅格外划算。与春节假期相比，3月多条热门赏花航线机票均价大幅下跌三到七成。以北京为例，飞往杭州、无锡、武汉的单程最低价格仅300元出头，比高铁票还要便宜。上海出发飞往西双版纳的机票价格下降67%，最低仅300多元。

中国城市报记者注意到，3月中旬武汉樱花进入盛花期。为了淋一场“樱花雨”，大批游客空降江城。去哪儿数据显示，3月飞往武汉的机票量同比增长12.5%。武大樱园的古建与樱花相映成趣，成为镜头里的“出片保证”，也带火了周边住宿。东湖的夜樱观赏活动则

别有风情，夜游开放至22时，搭配国风歌舞、春日音乐会等项目，让上班族不用早起、不用请假，也能从容感受春日浪漫。

不止于看花 “住下来”的沉浸式体验

随着赏花游的深入，越来越多的游客选择在花海附近住下来。途家民宿数据显示，3月首周，平台“赏花”搜索量环比前一周增长70%。带露台、观景窗、小院等的民宿房型预订增速高于平均水平，同比增长约三成。步行就能到达赏花景区的民宿尤其受欢迎，以赏樱花著称的武汉、无锡，以及油菜花盛开的长沙、上饶，民宿预订量均跻身全国“TOP30”。

此外，相关数据显示，3月中下旬，上海、北京、广州、深圳等一线及新一线城市近郊民宿预订量同比增长约两成。住进近郊民宿更像是一种“微度假”，使人们能够暂时离开高密度的日常生活，在休闲小院儿里晒太阳、赏春花。在北京延庆一家民宿的露台上，游客躺着就能拍到“长城加桃花”的同框画面，傍晚楼顶镜面水池还映出晚霞与桃花的倒影。还有的民宿推出“杏花树下烧烤”的春日限定场景，让花香和食物香一起治愈游客。

“赏花游正在从单一的景点打卡转向更强调体验感的度假方式。”途家民宿高级副总裁胡阳表示，民宿天然靠近乡野和景区，能够更好地承接春季短途游、周末“微度假”和深度

赏花等多元需求。

“今年春季赏花游最显著的变化在于出行决策的高性价比驱动与消费行为的‘深体验’导向。”定制游资深从业者马瞬在接受中国城市报记者采访时分析，往年赏花游多以周边短途自驾为主，但今年跨城“打飞的”追花的比例大幅上升。这直接受益于“错峰红利”——价格优势极大地降低了人们跨省份赏花的决策门槛，让“去另一个城市看花”变得像周末逛公园一样轻松。

另一个深刻变化是游客不再满足于“看一眼、拍一张”的瞬时消费，而是选择“住下来”。无论是武汉东湖周边的夜樱经济，还是无锡鼋头渚附近的深度住宿，数据都反映出游客愿意为一场花雨停留一两天的规划。马瞬分析，这种变化背后是游客消费心理的日渐成熟。经过多年的“市场教育”，更多游客逐渐意识到，错峰出行带来的松弛感与沉浸感，远比在旺季“挤人堆”更有价值。

“颜值经济”倒逼提升 旅游产品丰富度

相关数据显示，春季出游人群中，女性游客占比较大。以深度体验与视觉美感为主要特征的“颜值经济”成为吸引女性游客的关键因素。在环境雅致的餐厅中拍一组美照，探寻巷弄里的特色小吃并拍摄制作过程，来一场“City walk”（城市漫游）挖掘“小众机位”，用镜头记录下城市的独特肌理……

一系列新玩法正在兴起。

“高出片率”的赏花胜地吸引众多女性游客共赴春日之约。据途牛数据，上海顾村公园樱花与摩天轮同框景观热度上涨128%，北京玉渊潭樱花、居庸关山桃花进入盛花期，“宫墙赏花加汉服旅拍”热度上涨152%。杭州多地推出采茶制茶体验，带动周边游热度涨幅超过90%。扬州释放独特魅力，早茶与瘦西湖花海组合让其热度环比大涨212%。

在周海涛看来，由“颜值经济”驱动的消费心理，本质上是游客情绪价值在旅游决策中权重的提升，要求旅游产品从“功能提供”转向“场景共创”。首先，产品设计需具备“出片”的底层逻辑，创造独特的视觉记忆点；其次，服务要延展到“五感”体验，拍照只是起点，随后的下午茶、非遗手作或一顿“漂亮饭”构成了完整消费链，而民宿的“露台观景”或“杏花树下烧烤”，正是将风景转化为可消费、可记忆的生活场景。最后，营销需从“告知”转向“种草”，年轻女性游客更信任真实用户分享的“小众机位”，因此，目的地要鼓励用户生成内容，让每一位游客都成为传播节点，用真实体验吸引更多奔赴。

这种产品设计理念的转变，已经被市场数据清晰印证。游客的决策逻辑从“去哪里看花”转变为“去哪里拍花、去哪里感受花”，他们的搜索行为和预订选择也随之发生了微妙变化。木鸟民宿的数据直观反映了这一趋势。据木鸟数据，3月以来，“春游”相关搜索热度环比上涨370%。今年3月至4月的春游市场，北京、成都、南京、大理等城市成为热门目的地。此外，受益于江浙地区多个城市中小学春假“定档”，清明假期赏花游热度预计将提前凸显。

除了赏花，携宠自驾、古镇漫游、乡村食野三大趋势正流行。带有“可带宠物”“车位”双标签的民宿订单同比上涨20%。丽江、乌镇、西塘等多个古城古镇迎来春季订单小高峰。“春天的第一口鲜”成为不少家庭用户周末踏青的体验项，采摘、垂钓等项目带动乡村民宿订单同比增长37%，“挖野菜”成为后台高频词。在婺源，有的民宿房东甚至带着房客去山上挖笋和野菜，回来一同烧柴火饭，让游客尽情感受春天。

北京玉渊潭樱花文化活动启幕

3月18日，北京市玉渊潭公园第三十七届樱花文化活动暨第七届春季花卉联展启动。本次活动以“声起樱乐·京彩华章”为主题，设有近3000平方米步入式景观区，涵盖赏花、人文、文创、美食四大板块，为市民、游客带来春日感官体验。赏花期将持续至5月中旬。

中国城市报记者 全亚军摄

