

春风正策马 山河共一驰

马年春节文旅消费“新三变”

这个新春，“鱼灯”火了。一尾鱼灯，不仅映照出人民群众“年年有余”的美好祝愿，更照见新春文旅消费市场的蓬勃生机。行走在大江南北，消费活力在文化浸润中加速释放，文旅消费的深层变迁清晰可感。



江西上饶市婺源县婺女洲度假区内举办的鱼灯巡游。 新华社发



恩施女儿城步行街。



婺源县举办的非遗民俗活动。

从“古韵珍藏”到“年味日常”

在湖北恩施，土家女儿城的夜晚被璀璨灯火点亮。新春非遗秀轮番上演，层层围观的游客不时举起手机，跟着节奏轻轻摇摆。“以前看非遗是隔着屏幕，现在跟着队伍跳摆手舞、接福绣球，真的融入了年味儿里，这份热闹暖到了心坎里。”来自武汉的游客张女士说。

非遗正在从“被看见”走向“被体验”。

陕西省非物质文化遗产体验中心的小剧场里，孩子们的欢笑声此起彼伏。皮影艺人藏身戏台之后，幕布上，“狐狸”与“乌鸦”你一言我一语，神态活灵活现；转瞬间，孙悟空与白骨精追逐打斗，刀光剑影跃然布上。

“我最喜欢‘三打白骨精’！”穿着汉服的小女孩看得入迷。她的母亲姜女士在一旁笑着说：“现在这种近距离的非遗项目演出真的不错，孩子看得懂，我们也觉得年味儿更浓了。”

“90后”表演者薛静说：“这次表演涵盖了创新剧和传统剧，就是希望大家全面领略华州皮影戏的魅力。”

非遗民俗正从古韵珍藏中走来，落进热气腾腾的年味日常里。它们不再只是静止的文化符号，而是化作拨动情感深处的琴弦，在润物无声中，用情感共鸣点亮消费新引擎。

从观赏“风景”到享受“场景”

过去，一张门票、一座地标、一片优美的风景，构成了文旅消费的核心。人们走走停停，意在

观“景”。

如今，可沉浸其中、可互动参与的“场景”，正释放出更强大的吸引力。

在西安城墙景区，“千灯映长安·午马迎春来”主题灯会璀璨绽放，39匹从历代文物中甄选出的“生肖马”化作“翼马行空”“舞马盛唐”等创意灯组，恢宏古朴的城墙被光影唤醒。

更吸引人的，是城墙景区内“合阳好物耀长安”国家级非遗提线木偶展演暨合阳风物展。

“表演突破了传统‘台上台下’的界限，观众还能跟随非遗传承人沉浸式学习提线木偶表演技艺。”西安城墙管委会文旅发展部相关负责人朱媛说，“千年技艺在城墙上又活了起来。”

在湖北武汉，夜晚步入黄鹤楼，一场融合了现代光影技术与传统诗词的沉浸式夜游徐徐展开。飞檐斗拱间流淌着崔颢、李白的诗句，光影流转间，游客仿佛一脚踏回唐朝。

从黄鹤楼的诗境夜游，到长安城的非遗体验，文旅消费早已跳出“看景”的单一框架。

从“路过一座城”到“融入一方烟火”

可以看到，许多“出圈”的文旅“打卡地”，消费场景正不断从景区向城市深处延伸。它们既是旅游目的地，更是本地人日常生活的空间。

在湖北宣恩，一个县城就是4A级景区。

30余艘竹筏连成的200多米“长龙”紧贴贡水河缓缓游弋，龙头高昂。岸边站满了拍照的游

客和居民。不远处的民族风情街上，几十个摊位整齐排开，招牌上统一写着“一元摊位”。

摊主张海艳熟练地制作柠檬茶，她的摊位不大，冰桶、果酱、杯子摆得满满当当。

“我以前是流动摊贩，自从有了‘一元摊位’，有了固定经营点，春节这几天客流不断，这年过得更有奔头了。”张海艳笑着说。

截至目前，像这样的“一元摊位”已拓展至近500个，直接带动1000余人就业增收。不少摊主主动当起义务导游，帮游客看行李、指路线，传递着城市的温度。

在江西南昌，万寿宫历史文化街区将老城肌理与市井烟火巧妙融合。青石板路两侧，老字号小吃与文创店铺毗邻共生，本地人的早餐摊与游客的打卡点无缝衔接，市民和游客一同逛市集、品年味、闹新春。

面对文旅消费领域涌现的“新三变”，供给侧又该如何调适和发力？

湖北大学旅游学院教授胡芬认为，在产品端，需深入挖掘本地独特的文化底蕴，通过讲故事和数字手段放大文化魅力，打造出具有差异性和辨识度的核心产品。

另一方面，场景端需打破业态壁垒，推动跨界融合，让不同的业态彼此联结、相互赋能，在融合中拉长消费链条。

此外，未来的竞争不只是拼资源、拼产品，更是拼体验。相关部门需以“柔性服务”优化营商环境，实现需求与供给的良性循环。

据新华社电

【相关】

“一次假期多段出游”最长春节假期“火力全开”

昨日，为期9天的春节假期收官。作为春节申遗成功后的第二个春节，也是首个“9天超长黄金周”，2026年春节假期在这双重效应叠加下，市民出游意愿显著增强，旅游市场“火力全开”。

多家在线旅游平台的数据显示，今年春节假期旅游订单量与人均消费双双增长。

数据显示，春节假期国内游订单量再创新高，其中门票订单量同比增长超80%，酒店间夜量同比增长75%。更长假期还带来节中出游需求的进一步释放，大年初二至初五之间出行的订单量同比增长约三成。人均旅游消费也持续提升，春节假期国内游人均预订金额较去年提升约10%，其中星级酒店人均预订间夜量接近3晚；包含住宿和玩乐权益的热门乐园及景点套餐商品订单量同比增长140%。

9天超长假期催生了“一次假期，多段出游”新常态。游客通过灵活拼假，先旅游后过年、先过年后旅游、节后多次出游均成为可能，不少人在一个黄金周内实现节前出境游、节中跨省游、节后周边游的多重体验。

今年春节假期，平台上的用户出游分段式、错峰化趋势显著，并在假期内形成两轮出游高峰。

美团的报告则显示，今年春节，平台上的用户人均打卡2.2个城市，到访多个城市的文旅消费人数占比同比增长50%。

据央视财经报道