

编者按

今年春节期间,全国各地围绕这个“史上最长春节假期”推出一系列主题活动,通过发放文化和旅游消费券、实行景区门票减免或打折等惠民利民措施,积极打造文旅热点,增强群众消费意愿,激发消费潜力。在这些政策措施的叠加下,全国民众出游意愿显著增强,旅游市场“火力全开”。据文化和旅游部的最新数据显示,春节假日9天,全国国内出游5.96亿人次,较2025年春节假日8天增加0.95亿人次;国内出游总花费8034.83亿元,较2025年春节假日8天增加1264.81亿元,假日游客人数和花费均创历史新高,显示出活力十足的假日经济景象。本期《一线调查》聚焦辽宁沈阳、山西大同、安徽池州、四川资中等地文旅活动,展现各地百姓丰富多彩的春节生活画卷,以飨读者。



政策活水浇灌 多元场景破圈

——沈阳2026年春节市场展现深层之变

张竞丹

刚刚过去的2026年春节,辽宁省沈阳市经历了一场由政府引导、市场主导、全民参与的“创新实验”。当“有奖发票”让日常消费变成惊喜红包,当“国补”政策将智能眼镜送上年货清单,当文博场馆在夜晚点亮“沉浸式”灯火,沈阳这座老工业基地在丙午马年开端,展现出了消费结构与增长动能的深层之变。

政策工具箱“精准滴灌” 杠杆效应撬动百亿热情

春节前夕,沈阳市商务局打出更具“技术含量”的政策组合拳,高标准策划了一系列促消费活动,抢抓消费黄金期。其中最吸睛的当属有奖发票活动。个人消费者在零售、餐饮、住宿、文化艺术等行业的单张百元上发票均可参与抽奖,单张发票奖金原则上不超过800元。这一看似“小额激励”的政策,却在春节假期产生了巨大的虹吸效应。数据显示,截至2月22日,沈阳市累计中奖金额达1351.73万元,中奖发票63.48万张,涉及发票总金额3.2亿元。一张小小的发票,不仅规范了税收秩序,更精准映射出春节消费的活跃度。

在大宗消费领域,以旧换新政策从“定额补贴”进化为“比例补贴”。汽车以旧换新按车价6%-12%计算,最高可补2万元;家电及数码产品则按销售价格的15%给予

补贴。政策导向清晰明确,鼓励消费升级。在“国补”政策推动下,辽宁全省数码和智能产品购新活动销售产品达12万台,拉动销售额3.4亿元。从事跨境电商业务工作的沈阳市民苏女士,今年春节特意为母亲购买了一副智能眼镜作为年货,在她看来,“智能眼镜每天都能用,更像一种长期陪伴”。从“吃得饱”到“陪得久”,年货清单的变化,折射出沈阳消费者对品质生活的追求。

冰雪流量变消费增量 “冷资源”释放高热能

如果说政策是“助燃剂”,那么冰雪则是沈阳春节经济的“天然磁场”。同程旅行平台发布的《2026春节假期旅游消费盘点报告》显示,沈阳景区订单量增长超1倍,位列2026春节假期热门冰雪游目的地前六。

正月初七的棋盘山冰雪大世界,挂着“浙”“粤”“苏”牌照的车辆排成长龙。来自广东的陈涛一家四口刚从雪圈道上滑下来,脸冻得通红却笑得开心:“孩子在老家从来没见过这么多雪,专程来东北过年就是冲着这股子‘年味儿’来的。”这种强大的客流吸引力,直接转化为住宿市场的繁荣:沈阳酒店预订热度增长近1倍,法库等县域目的地的酒店预订热度位居全国县域旅游前列。

冰雪热也带火了相关装备消费。辽宁省体育用品春节期间销售额同比增长52.4%。据雪具专营店店长介绍,带有MIPS

技术的头盔价格比普通款高出3倍,销量却是后者的十几倍,滑雪板保养维修都接了不少急单。从“玩玩而已”到“专业装备”,冰雪经济的产业链条正在辽宁悄然拉长。

文博夜游打开新空间 文化IP重塑城市消费时区

2026年春节,沈阳经济的一大亮点,在于向夜晚要效益、向文化要流量。沈阳故宫、张学良旧居陈列馆、沈阳博物馆等多家文博场馆集体打开“夜的大门”。数据显示,沈阳故宫夜游场次预约通道开启后半小时内即告售罄。

夜游带来的不仅是门票收入。当观众晚上八九点走出博物馆,周边的餐饮、购物、住宿消费自然形成闭环。几位来自福建的游客说,她们上午逛旧居、下午游中街,晚上夜游故宫,结束后还要去西塔吃烤肉,“来了就不想走,沈阳太全面了”。这种“流量”变“留量”的转化,正是沈阳文旅追求的最佳状态。

2026年春节的沈阳经济,展现出一幅“政策有精度、市场有热度、服务有强度”的立体图景。从数智年货的流行到冰雪装备的火爆,再到文博夜游的出圈,沈阳的消费市场正在经历一场从规模扩张向质量跃升、从单一购物向场景体验的深刻变革。这股奔腾的“春意”,不仅温暖了丙午年的开端,也为老工业基地的转型之路注入了澎湃的内生动力。

活动热度持续攀升,业态融合纵深拓展——

池州春节文旅市场交出亮眼成绩单



池州东流老街年俗活动

钱文英

近年来,安徽池州市文旅呈现全域化、年轻化、沉浸化、品牌化等鲜明亮点,以“商文旅深度融合”为引擎,成功实现从“过境地”向“目的地”、“打卡地”向“驻留地”的双重跃升。2026年马年新春假期,池州文旅市场交出亮眼成绩单,景区累计接待游客143.15万人次,同比增长32.5%。

“非遗+科技+场景”引爆文化破圈

池州将千年文化转化为可感、可触、可传播的当代文化,雉仙镇景区深耕夜游经济,“非遗社火闹新春”活动中,高跷马、鱼灯展演轮番上演,大型实景剧《新雉王传奇》带动景区门票营收同比增长214.7%,手机端非遗奇幻短剧《雉戏2》强势回归并带动线下打卡热潮。同步推动“非遗进校园、进街区、进节庆”,雉文化已深度融入教育与生活——贵池区梅街镇源溪村乡村春晚由学生担纲主演傩舞《伞钱舞》,孩子们经过两年课后兴趣班训练,动作娴熟,唱念俱

佳,非遗真正“活”在下一代身上。

在青阳县陵阳镇,一锅传承明清文脉、入选市级非物质文化遗产代表性名录的“陵阳锅子”,是古镇最地道、最浓郁的新春年味。承载百年乡土记忆的特色美食,既是陵阳人家户户过年必备的团圆佳肴,也成为八方游客慕名奔赴的皖南年味名片。陵阳锅子百家宴不仅入选全国100个乡村文化活动品牌,更通过“超级锅子开锅”仪式、水幕原声情景演出《上下求索》等创新表达,让传统民俗焕发时代张力。

“票根+文旅+养生”撬动全域消费

池州创新“票根经济”新路径,以“小票根”串联文旅全产业链,推出“机票+文旅”“影票+文旅”“戏票+文旅”组合优惠,累计带动二次消费近2亿元。牯牛降景区则以“从看客变主角”为理念,将非遗展演、古风快闪、主题巡游分散布局于严家古村、龙门潭等核心点位,实现全天候沉浸互动。

新春假期,池州市启动“徽动消费 乐享池州”新春消费季活动,累计发放文旅

消费券1000万元,打造特色消费新场景26个。九华天池对生肖属马或姓名含“马”字的游客实施免票政策,九华山为生肖马游客赠送祈福带,星空之城景区推出免门票福利,多重利好吸引游客纷至沓来。太白吉市500架无人机表演、齐平天湖汉服提灯巡游等特色活动刷屏网络,“趣游池州”相关话题全网曝光量突破5亿次,进一步提升了池州文旅知名度和影响力。

依托石台县“中国生态硒都”禀赋,池州率先构建全国领先的五大自然疗愈因子体系,并中标石台县森林疗愈场景设计项目,规划树屋疗愈场、滨水疗愈场等多空间,定制银龄康养慢游、青年活力焕新等精准路线。配套政策同步发力,平天半岛大酒店等高端住宿提供特色康养礼遇,“池出好味”区域公用品牌集中推介九华黄精、石台硒茶等富硒特产,打通“生态含绿量”向“发展含金量”转化通道。

“高铁+志愿+服务”筑牢体验底座

池黄高铁开通极大缩短时空距离,池州正式融入长三角“1小时交通圈”。在此基础上,“人人都是迎客松”志愿服务全面铺开。高铁站组建“李白+COS+雉戏NPC”接站天团,开展美食问答、文创赠礼;节假日超700名志愿者上岗,全年服务游客超千万人次;九华山“莲花”志愿者服务队获省级授牌。

正月初三以来,九华山连续迎来旅游高峰,客流量持续处于高位运行。为确保游览安全,景区连续发布限流预警,启动临时管控,严格落实“限量、预约、错峰”管理,景区293台旅游大巴全力投入运营,全力护航旅游安全,保障游客安全舒适游览。

今后,池州将继续锚定“大黄山世界级休闲度假康养旅游目的地”战略定位,以“四季皆景、全域可游”为总纲,系统推进产品升级、服务提质、营销破圈与产业赋能,为文旅产业高质量发展奠定坚实基础。

过年来大同,感受“大不同”

——大同春节活动释放文旅消费新动能

周佳卉

今年春节期间,山西省大同市以“大同年 大不同”迎新系列文化活动为牵引,围绕“华灯溢彩启新年”“欢歌乐舞庆新年”“梨园雅韵贺新年”“冰雪奇境逐梦年”“翰墨飘香润丰年”“古都盛景颂华年”六大主题,统筹推出35项主题活动,开展160项特色文化活动,古都灯会、花车夜游、社火展演、戏曲演出、冰雪体验、乡村年俗等多元业态联动发力,文旅市场热度明显攀升。来自国家统计局大同调查队的调研结果显示,大同古城、云冈石窟、恒山等重点景区最受游客青睐,景区在产品创新和服务提质上同步发力,沉浸式演艺成为拉长消费链条的重要抓手。

重点景区受青睐

从市场表现看,重点景区最受游客欢迎,主要指标增长势头较为明显。春节假期,纳入全市重点监测的8家景区累计接待游客135.2万人次。大同市文旅局数据显示,8家景区累计实现门票收入4419.77万元,同比增长60.48%,累计接待游客同比增长45.25%。其中,云冈石窟累计接待游客逾27.4万人次,实现门票收入2022.34万元;恒山景区累计接待游客逾20.1万人次,实现门票收入522.01万元;大同古城累计接待游客逾76.4万人次,实现门票收入1238.6万元;方特欢乐世界累计接待游客逾6.6万人次,实现门票收入621.04万元。就结构看,大同古城接待量占比过半,成为春节期间承接游客集聚和夜间消费的核心场域。

古城片区热度走高,也带动了夜间文旅消费。“大同年 大不同”系列文化活动中,大同古城灯会设置五大区域,46组主题彩灯,《因为大同》迎宾盛典依托古城关城、城墙、城楼等场景开展行进式、体验式、沉浸式表演;“古都花车燃夜色”、东南邑光启云中艺术季等活动同步推出,推动游客由“白天逛景”延伸至“夜间停留”。夜幕降临后,古都灯会、古城光影秀、夜游花车、音乐巴士等共同点亮古城年味。

庙会“火”了,消费“热”了

——四川资中县春节经济观察

周颖

今年春节期间,四川省资中县以“状元资中·龙马迎春”为主题的新春庙会系列活动,掀起了一场文旅消费热潮。据县文旅部门统计,2月15-23日,全县接待游客98.80万人次,同比增长18.15%;实现旅游综合收入4.24亿元,同比增长24.62%。另据内江市文化广播电视和旅游局发布的数据,同期内江市接待游客554.19万人次,同比增长5.6%,旅游综合收入达25.85亿元、同比增长11.34%。资中县两项增速分别高出全市平均水平12.55和13.28个百分点,节庆经济拉动县域消费的效应较为显著。

非遗文旅消费掀热潮

从近年走势看,资中春节文旅市场呈现持续升温态势。2024年春节全县旅游综合收入同比增长11.86%,2025年同比增长16.96%,今年增速进一步提升至24.62%。增速连续3年攀升,显示出节庆活动对消费的拉动作用正在增强。

今年新开街的“状元非遗美食街”成为消费热点。罗泉豆腐、兔儿面等本土小吃集中亮相,现场客流密集,多个摊位排队时长在20分钟以上。据相关媒体报道,仅庙会开幕当天,就吸引超15万人次市民和游客参与。

夜间经济同样热度不减,非遗“打铁花”技艺惊艳亮相,铁花飞溅如星河落岸;800架无人机编队表演在夜幕中呈现“祝福祖国繁荣昌盛 国泰民安”“山歌响起的资中”“欢迎你”等璀璨光影画卷;凤凰、天马造型飞行器凌空翱翔,吸引了众多市民游客驻足观看。夜间项目的持续上演,有效延长了游客停留时间,带动了周边住宿、餐饮消费。

创新与服务同步发力

为增强广大游客的体验感和满意度,大同市重点景区在产品创新和服务提质上同步发力。华严寺景区截至2月24日总游客接待量约13.9万人次,同比增长超过33%,累计延长开放时间30余小时,讲解团队提供讲解约1094批次,并推出20多款新春文创,抖音直播曝光约98.7万人次,带动古建筑游向“讲解+非遗+文创+传播”复合体验延伸。

调研显示,沉浸式演艺成为全市市长消费链条的重要抓手。《如梦大同》自2025年5月1日首演以来,截至2026年2月20日已完成411场演出,累计接待观众超11万人次;仅春节假期2月17-23日,就累计演出31场,接待观众近1.5万人次。演艺产品持续升温,不仅增强了城市文化辨识度,也带动游客延长停留时间,推动消费由门票向餐饮、住宿、交通等领域外溢。

产品供给丰富多彩

从产品供给看,大同春节文旅市场呈现出“传统年俗+夜间演艺+冰雪休闲+乡村体验”丰富多彩、多元并进的特点。除古城片区活动外,小石子迎春系列活动设置“年俗传承共享汇”“晋味新春美食汇”“冰雪烟花赏汇”等五大区域,东南邑历史文化街区推出特色展览、非遗沙龙、花灯巡游等活动,万龙白登山国际滑雪场、开源一号文创园等沉浸式冰雪体验场同样吸引了不少游客。

与此同时,非遗年俗和公共文化产品也进一步丰富了春节文旅产品层次。当地围绕“非遗贺新春”推出社火展演、戏曲演出、非遗展示、民俗互动等系列活动,把传统年俗、地方戏曲和非遗体验融入节庆场景之中,增强了游客参与感和体验感。各类文博场馆、图书馆、美术馆也结合春节主题推出展览展示、文化体验等活动,与古城灯会、乡村年俗、冰雪休闲形成互补,推动游客由“单一观光”向“多点体验”转变,也让春节文旅消费从景区门票进一步向文创、餐饮、休闲等领域延伸。

联动发力带火全域旅游

今年资中落实内江市“票根相伴·畅游内江”联动机制,推出凭景区门票享受住宿、餐饮、购物优惠等措施,推动人流从核心景区向全域扩散。县里串联核心景区景点,推出状元古城之旅、罗泉古镇之旅、刀郎音乐之旅、美丽乡村之旅等精品线路。游客走到主要景点,抬眼就能看到线路引导标识,想去哪儿,怎么走,一目了然。

从各景区反馈情况看,联动机制效果显著。罗泉古镇的龙灯表演、孟塘里乡情生态园的亲子活动、五指山的田园风光,吸引了大量游客前往体验。据部分景区负责人介绍,春节期间的客流和口碑为全年开了个好头,后续周末游有望继续保持热度。

节庆释放发展积极信号

纵观今年资中春节消费市场,首先是消费半径正在延伸。游客不再满足于“逛一圈就走”,非遗美食、夜间演艺、精品民俗等深度体验项目受到追捧,反映出县域旅游正从观光型向休闲度假型转变。“过夜游”比例提升,意味着消费潜力还有进一步释放空间。其次是文化认同感不断增强。状元文化、非遗技艺、传统民俗等活动参与度高,体现了消费者对本土文化的认同感和自豪感在提升。再次是市场信心持续回暖。从商户反馈看,多数经营者对春节期间的生意表示满意。一位餐饮店老板用“比往年好得多”来形容今年的经营情况。

春节假期已经结束,但春节经济的效应仍在延续。如何将节庆“流量”转化为日常“留量”,如何让短期热度转化为长期发展动能,将是下一步需要持续关注的焦点。资中县春节文旅市场“开门红”,为全年经济发展注入了信心,也为县域激活节庆经济提供了有益探索。