

『反向团圆』火了，今年你在其中吗？

春节假期出行背后的文旅新趋势

本报记者 吴一凡

2月23日，为期9天的“史上最长春节假期”落下帷幕。交通运输部数据显示，春节假期期间，全社会跨区域人员流动量累计超28亿人次，日均3.11亿人次，同比增长8.2%。

在这个“最长假期”，古城徐州也见证了出行与文旅消费的热潮。数据显示，春节假期期间，徐州高速出口客货车日均较去年同期增长28.6%；徐州高铁站累计发送旅客同比增长27.35%，到达旅客同比增长35.28%；徐州观音国际机场完成旅客吞吐量13.51万人次，同比增长21.26%。人潮涌动的背后，从“返乡过年”到“反向团圆”的路径之变，以及文旅消费的升级之势，成为今年春节最值得关注的现象。



蜡梅朵朵报春来，户部山古街人流熙攘、烟火升腾。通讯员 高刚 摄

三代同游成主流，“分段式”出游趋势凸显

今年春节，“旅游式过年”与“过年式旅游”双向流动，与以往集中出行不同，今年春节假期呈现明显的“分段式”出游特征。途牛平台分析显示，第一轮出游高峰从南方小年开始，至春节假期首日，返乡探亲与旅游需求叠加释放；除夕夜至正月初一，以家庭团聚为主，出游短暂回落；正月初二起，家庭集体出游迅速升温，形成第二轮高峰。这个超长假期，让人们的出游节奏更加从容。

从徐州的交通流数据可以清晰地看到这一特点。2月18日（正月初二）成为徐州国省干线公路的出行峰值，日均断面流量达15274辆/日。而高速公路的进出口峰值则出现在2月19日（正月初三）。这正契合了“除夕团圆、初二出游”的新型过年模式，人们在完成传统的家庭守岁后，利用后半程假期举家出游。这种“回乡过年+节中出游”的模式，让景区客流呈现出了错峰与分段特征。

综合多家平台数据来看，祖孙三代同行、亲子出游成为主力客群，在回乡团圆的基础上，“节中出游”的需求

被充分释放，形成了明显的“分段式”出行特征。

徐州文旅市场的反应也印证了这一点。春节期间，徐州市A级景区共接待游客514.72万人次。在徐州欧乐堡海洋极地世界、徐州九顶山野生动物园等亲子属性明显的景区，家庭游客成为主力。徐州园博园的滑雪场内，亲子嬉戏的身影温馨动人。而在住宿端，云泉假日酒店在春节期间推出四大亲子手作——面点DIY、车挂编织、手工香囊、织锦镜子，让亲子时光在指尖流淌年味。花间府·伴云亭准备了包饺子、写“福”字、做糖葫芦、剪窗花等活动，让人们重温传统年俗、体验非遗手作。

从“各回各家”到“合家出游”的转变，折射出春节消费观念的深刻变迁。当团圆的形式不再局限于一张餐桌，当假期的时长允许人们从容地安排“先团聚、再出游”，三代同游便成为连接亲情与远方的天然纽带。这种“流动的团圆”，让春节的内涵更加丰盈，也让文旅市场的活力在亲情涌动中持续升温。

县域小城游爆火，家门口景区热度飙升

这个春节，除了传统核心景区，“家门口的旅游”也带火了一大批县域目的地。随着城乡融合发展和乡村振兴的推进，县域和乡村的文旅资源被深度挖掘，成为短途游、微度假的热门选择。

徐州的县域旅游在这个春节表现抢眼，各地数据都印证了这一趋势。

铜山区乡村旅游多点开花，假期前8天游客接待量突破183.25万人次，旅游直接收入1.145亿元，同比增长6.1%；整体游客结构以25—44岁中青年群体为主的家庭游成为消费主力，占比接近60%。

邳州市全域旅游迎来“开门红”，春节假期累计接待游客约167.14万人次，同比增长8%，全市重点监测的13家商贸企业17家门店，春节期间累计举办各类促消费活动30余场，共实现销售额12725.35万元，客流量154.60万人次，同比分别

增长8.11%、9.87%。

春节期间，新沂市A级旅游景区接待游客48.7万人次，同比增长65.37%，拉动旅游综合消费0.97亿元，同比增长64.7%。

沛县“跟着赛事去旅行”鹿楼“村界杯”足球赛再度火爆出圈，吸引来自6省14市的1700名球员参赛，现场观赛人数累计达17.6万人次，同比增长14.28%。据统计，赛事带动文创、餐饮、土特产等销售额突破258.5万元，同比增长29.25%。

从城市向县域、乡村“逆流”的出行趋势，得益于交通的便利和私家车的普及。春节期间，江苏自驾出行占全省公铁水空总出行量近80%。徐州高速出入口车流量的显著增长，也正是“车轮上的经济”奔涌向前的写照。家门口的景区不再只是“老乡的公园”，而成为城市居民寻找年味、放松身心的新空间。

非遗体验成顶流 文化和旅游深度融合

2026年春节，非遗体验成为绝对的“顶流”。无论是城市还是乡村，灯会、庙会、传统技艺等非遗项目与旅游深度融合，让“年的味道”可看、可玩、可购、可品。

在新沂窑湾古镇，非遗不再是晦涩的名词，而是可以亲手触摸、亲身参与的鲜活体验。古镇引进了柳琴戏、草桥柳编、东明粮画、惠山泥人、皮影戏、口技等30多项非遗项目，并推出非遗体验套票，多家店铺开设非遗体验项目。

孩子们在匠人指导下玩拓印、学粮画，家长则在一旁品茶等候。“以前看灯会就是拍照打卡，今天像穿越回了古代运河市集。”一位带孩子夜游的家长感叹。乘船入水，桨声灯影里，非遗鱼灯与火壶表演轮番登场，游客从“旁观者”变身“剧中人”。

除此之外，徐州以灯为媒，铺展出一幅古今交融的新春图景。云龙湖水上世界依托自贡国家级非遗灯展技艺，打造“深海奇境”大型沉浸式湖心光影灯会；徐州经开区蟠桃山景区8万平方米灯海，呈现跨越古今的光影盛宴；文庙街区985盏传统彩灯吸引大批游客驻足拍照；在彭城七里文脉街区，新春奇妙会开锣，非遗手工与老字号集结，民乐表演与非遗技艺轮番登场；徐州园博园每天近60场非遗演出精彩上演……

非遗的“破圈”，不仅是文化传承的创新，更直接转化为消费动力。徐州饮食文化博物馆日均游客超4万人次，日营收超50万元；彭城七里历史文脉街区共接待游客167.8万人次，游客银联消费4.42亿元。

从“返乡过年”到“反向团圆”，从单一探亲到复合出游，2026年春节假期的出行与消费新风尚，折射出徐州人生活方式的深刻迭代。在徐州，交通枢纽的繁忙数据与文旅市场的红火景象交相辉映，绘就了一幅“流动的徐州”生动画卷。这背后，是百姓消费信心的回升，是城市治理温度的提升，更是经济底盘坚实、社会活力充沛的生动证明。



游客体验荷花灯制作。本报记者 孙井贤 摄



市民排队购买糖画。本报记者 孙井贤 摄