

城市如何吸引游客“用脚投票”？

不止“尔滨”，这些城市也发力“春节经济”

近年来，随着旅游过年成为新趋势，“春节经济”席卷文旅市场，春节成为城市间文旅竞争的赛场。春节旅游既有假日旅游的共性，又叠加了冰雪文化、全家游、喜庆气氛等特殊因素。人流、订单、酒店价格、景区热度……勾勒出一张不断变化的春节经济地图。在这些年的春节里，哪些城市真正接住了游客？



2月6日，游客与宠物在四川凉山泸沽湖景区游玩。 新华社发

1 曲线上扬 “春节经济”强势走高

春节旅游的火热有目共睹，但近年来春节经济上升的速度与力度仍然超出不少人的预期。

2023年春节，全国国内出游人次回升至3亿以上，旅游收入超过3700亿元。2024年，人们出游的热情进一步被释放，文化和旅游部统计数据显示，当年春节假期国内出游人次跃升至4.7亿，旅游收入突破6300亿元，多项指标超过2019年同期水平。2025年春节，这条曲线继续向上攀升，全国国内出游人次首次突破5亿，旅游消费规模进一步扩大。对城市而言，这意味着竞争不再是“有没有人来”，而是“人为什么选你”。

梳理近3年热门春节旅游城市的排行榜，一些变与不变，反映出春节旅游市场的热度和流向。据对各旅游平台搜索热度、酒店订单与节假日热门目的地的集合

评估，2023年，北京、上海、广州、成都、重庆、西安、西双版纳、三亚、大理、北海等是最受关注的热门城市。2024年，北京、上海、广州、深圳、哈尔滨、成都、西安、杭州、三亚、昆明位列前十。2025年位次再次微调，北京、广州、上海、重庆、成都、西安、南京、杭州、西双版纳、武汉占据十强。

可以看出，“北上广”始终处在第一梯队。北京的优势体现在高度稳定的文化吸引力，故宫、长城等经典景点，以及庙会、中轴线相关节庆活动，构成了春节期间持续走高的客流基础。上海的春节热度更多来自都市消费，这里并不强调传统年味，而是将春节嵌入商业、演出和夜间经济，形成连续不断的消费场景。广州的表现同样稳定，岭南年俗、美食和气候优势，使其在家庭游和南方跨城出行中占据重要位置。

2 天赋or流量 旅游城市的春节大考

一线城市是春节经济的常胜将军，但真正体现竞争变化的，是传统旅游城市之间的位次更替。

2023年，成都、西安、重庆等城市在平台榜单中表现接近，热度差距并不明显。到了2024年，这一格局开始分化。哈尔滨凭借冰雪旅游的集中爆发，在多家平台的春节热门城市排名中迅速跃升至前列，甚至一度逼近一线城市热度，酒店预订量同比增幅位居全国前列，成为北方最具话题性的目的地。

正是在这一年，“尔滨”的网络梗异军突起，成为冬季旅游的不二顶流。当年，哈尔滨持续占据冬季旅游的热搜榜前列，一系列热点事件也助推了“尔滨”的热门程度，如广西“小砂糖橘”受到全城热宠，

充分证明了流量与热搜在当今旅游市场中的影响力。

北方的冰雪与南方的暖阳，都在吸引着春节客流。西双版纳、三亚、昆明等城市常常出没于春节旅游“英雄榜”，冬季也往往是这些具有“逆季节性”的城市更具吸引力的时候。然而，这些城市在旅游榜上的位次也时有波动。

与之相比，成都则呈现出一种稳定性。近年来，它几乎从未跌出春节热门城市前十。美食、时尚和慢节奏的生活方式，以及较低的出行门槛，使成都在家庭游客和年轻群体中始终保持吸引力。西安和杭州同样如此，在多平台综合排名中长期处于前十区间，位置或有上下浮动，但整体热度并未衰减。

3 小城上升 传统年味的胜利

近3年的春节旅游中，最具活力的部分，来自一些非传统热门城市。2024年和2025年春节假期，二三线城市和县域目的地的预订增速明显快于一线城市。

这些城市在增速榜上频繁出现。返乡探亲与本地旅游叠加，使中原、中西部不少城市在春节期间的酒店入住率显著提升。数据显示，部分三四线城市春节期间的本地订单占比持续上升。

一些中等规模城市开始成为春节旅游黑马。例如，山西运城在2025年春节推出以非遗市集为主题的系列活动，吸引大量省内外游客参与，带动当地文旅消费显著增长。

一批以年俗、非遗和自然景观见长的小城，通过社交平台迅速放大影响力。平台数据表明，这类目的地的共同特点是客单价不高、停留时间更长，虽然难以进入总量前十，却在春节经济中形成了不可忽视的“增量板块”。

2025年春节假期，旅游平台数据显示，广东潮州古城的旅游搜索量同比上涨921%，山东琅琊古城上涨681%。这些古城与老街背靠深厚的文化积淀，通过灯会、非遗表演等活动迅速成为旅游热门打卡点。

春节旅游曾经是一场“老演员”带来的连续剧，但最近几年来，深刻的变化其实清晰可见。

首先，春节旅游的核心竞争力，正在从资源禀赋转向内容和体验。无论是哈尔滨的冰雪叙事，还是北京围绕非遗与传统文化的深度开发，几乎都伴随着清晰的城市特征和文化表达。其次，游客的选择更加分散，中小城市正在分走更多客流，春节旅游转向多点开花。同时，春节经济对城市的意义也在发生变化——它不只是短期消费的集中释放，更像一次年度检验：公共服务是否顺畅、文旅产品是否成熟、城市是否有能力在高强度客流下为游客提供良好体验。

4 消费潜力 惠民政策吸引游客

面对春节释放的巨大消费潜力，城市间的竞争超越简单的资源宣传，进入了一个以系统化运营、沉浸式体验和精细化服务为特征的新阶段。从一线都市到地方特色名城，正采取愈发立体和多维的举措，吸引游客跨城而来。

众多城市的共同抓手，是推出实实在在的惠民政策与服务保障措施。发放文旅消费券、提供交通接驳、开放公共设施等，已成为很多城市的春节标配。今年春节，福州宣布全城地铁、公交免费17天。此外，陕西榆林、甘肃敦煌、江苏南京、吉林松原、福建泉州等地也将实行春节公交、地铁免费或开设免费公交的措施。这不仅直接降低了游客和市民的出行门槛，免费乘坐地铁公交，本身也有望成为热门的打卡体验项目。

实打实的消费优惠方

面，湖北省级统筹安排近3亿元财政资金，其中创新性安排3000万元专项资金，用于“票游湖北‘马’上有礼”活动。游客凭抵鄂的机票、火车票、景区门票甚至演出票根，即可兑换一个涵盖汽车免费使用权、热门景区门票、出行礼包等在内的惠民大礼包。福建龙岩在今年春节策划了“百场促消费过大年”活动，通过“商务+文旅”融合，预期撬动超10亿元消费。四川内江市与邻近的自贡市结成“票根联盟”，游客凭自贡国际恐龙灯会的门票，就可在内江的数十家酒店、景区及特产店享受专属折扣。

人们用脚投票，投出了一年比一年火热的春节旅游市场。春节不再只是“去哪儿过年”的问题，而是承载了更多的期待乃至“苛求”：这座城市，值不值得托付新年的第一次旅游？

(据《新京报》)