

赏花游玩出“花”

本报记者 张雪

中国旅游研究院专项调研显示

2026年

81% 的受访者有赏花计划

其中

25岁至35岁人群 84.5%

36岁至45岁人群 79.5%

18岁至24岁人群 78.9%

46岁以上人群 超过70%

市场
情

当下,越来越多人愿意为怀旧和体验买单。当“70后”“80后”沉醉于童年零食和文创产品时,“90后”“00后”也开始怀旧,兴起了CCD相机热。与之相对应,消费市场上,各种带有怀旧元素的产品与业态不断涌现:胶卷相机、CCD相机、复古游戏机、有线耳机等成为不少人的心头好。在社交平台上,“#CCD#”话题阅读量突破60亿;经典影视IP翻拍重映、怀旧主题演出、复古文创开发等形式层出不穷;线下怀旧商圈、复古市集、主题街区快速兴起。

怀旧经济的兴起,折射出消费者从物质消费向情绪消费、体验消费的转变,也体现出多样化、个性化的消费需求。有人买老牌汽水,是为重温童年的快乐;有人收藏复古相机,是在数字洪流中寻找可触摸的仪式感;有人追捧复刻版游戏机,实则怀念特定时代的技术设计。不同消费者都能在怀旧经济中找到情感落点,在“爷青回”的触动中慷慨解囊。

时尚是一场轮回,当怀旧成为流量密码,许多商家正忙着捕捉这份需求,用“更懂你”的产品和营销方式,挖掘老物件蕴涵的价值,把抽象的回忆转化成可触摸、可消费的产品。而这股“为情怀买单”的潮流,也正成为拉动消费的增长点。有统计数据显示,2025年我国复古经济市场规模已达3552.5亿元,同比增长11.7%,预计2030年将突破5800亿元,市场前景广阔。怀旧经济有广阔市场,消费的潜力仍有待进一步挖掘,好让“怀旧”这张牌,能打进消费者内心深处。

规范市场秩序,回归理性发展。“回忆杀”是美好的体验,但这份温柔情感难免被商业洪流裹挟。当前怀旧消费市场存在不少乱象,比如,CCD相机等价格已严重偏离其实际价值,过度投机炒作已背离情怀初衷,透支市场信任;比如,宣传年代沉浸,实际布景简陋、内容空洞,票价高、体验差。消费者愿意为情怀付费,但不愿为泡沫买单。实现可持续发展,必须建立规范机制,加强行业自律,让价值回归理性,挤掉市场“虚火”。

创新不守旧,让情怀有处安放。有些商家或品牌为了赚快钱,强行来一波“回忆杀”,结果反而“翻了车”;有些复刻产品粗制滥造,只堆砌怀旧元素却毫无温度。仅靠情怀很难持久,哪怕是“老调重弹”,也要弹出新的表达或内涵。比如,有运动鞋品牌在保留经典元素的同时,引入现代时尚与功能元素,使其兼具质朴韵味又满足现代舒适品质要求,并在国际时尚舞台崭露头角。从贩卖符号到创造价值,从迎合潮流到引领时尚,以当下审美重新诠释经典,在熟悉的配方中调制出“新味道”,让回忆成为长久的生意。

说到底,怀旧经济是连接过去与未来的桥梁。商家更应该思考,除了唤醒回忆,还能为消费者创造怎样的新记忆?一代人有一代人的记忆,读懂怀旧经济背后的消费新需求,打造经得起时间考验的内容,提供更多有特色、有温度的优质商品和服务,才能让今天的美好成为未来值得怀念的经典。

本版编辑 郭静原 美编 吴迪

油菜花、桃花、牡丹花……各地次第开放的花海铺就了春日出游最美底色。沐浴阳光,伴着花香,吃一顿花田火锅,看一出夜樱演艺、跑一场樱花马拉松……赏花游在这个春天被玩出越来越多的新花样,场景创新让赏花游的消费链条不断延展。

中国旅游研究院近日发布的《中国赏花游发展报告(2026)》显示,赏花游是春季旅游市场带动效应最强的主题之一,正在由季节性观景活动加快演化为兼具引流、体验和消费转化功能的复合型旅游场景。随着游客对服务品质、内容供给和场景体验提出更高要求,赏花游已由“到此一游”的浅层观光转向“沉浸参与”的综合体验。

消费能级持续提升

赏花游除了拍照打卡还能干什么?以牡丹花名扬天下的河南洛阳,主打一个沉浸式体验,实景演艺、古风巡游、花间诗会等诸多业态让游客目不暇接;在江苏无锡鼋头渚,樱花绽放叠加AR漫游、光影音乐会、主题游船和夜樱演艺,将传统的白天赏樱活动升级为全天候情绪消费场……

如今的赏花游花样百出,玩法众多,赏花已从小众偏好转化为覆盖全年龄段、全客群的春季出游动机。中国旅游研究院专项调研显示,2026年赏花出游意愿继续走高,81%的受访者明确表示今年有赏花计划。其中,25岁至35岁人群意愿最高,达到84.5%;36岁至45岁人群和18岁至24岁人群分别为79.5%和78.9%;46岁以上人群超过70%。

伴随消费人群扩大的是赏花游消费能级的持续提升。专项调研显示,2025年赏

赏花场景花样创新

北京市大兴区居民张慧不久前刚结束了一场赏花之旅,在江西婺源篁岭,低头是黄色油菜花海,远眺是别样诗意古村。她说:“自然与人文之美交织,恬静的田园风光让人忘记平日打拼的劳碌,获得身心的放松。”愉悦身心是赏花游的主要动机。中国旅游研究院副院长唐晓云表示,赏花需求由看花转向体验与表达,决定游客停留时长和消费转化的,已不只是能否看到花,更在于能否在场景中完成情绪释放、身份表达和社交传播。

赏花不止于花,而是要借花创造更多农文旅、文体旅、文旅+科技融合新场景,带给游客更丰富的感官体验,同时延展产业链。乡村是赏花游的重要场景。在婺源篁岭,游客除了赏花,还能带走精油、花茶等油菜花深加工产品;在湖北荆州桃花山镇,特色美食成为延伸赏花体验的重要方向。“赏花游高质量发展的关键,不在于花期带来多少短时客流,而在于能否将流量转化为乡村长期收益。”唐晓云表示,如

游客在湖南永州双牌县阳明山国家森林公园杜鹃花海赏花游玩。
曹正平摄(新华社发)

果说花海负责把游客带到乡村,那么花食、花饮、花材加工、农研体验和乡村住宿等花产业链条才是价值沉淀的关键。

“赏花+赛事”也打开了新的流量密码。武汉马拉松比赛在樱花季开跑,赛事深度融入武汉“相约春天赏樱花”系列活动,与东湖樱园等核心景区联动,形成多条体育与樱花相结合的旅游线路,文旅融合的流量在线下叠加,让赏花游进一步由静态看花转向动态参与,从季节性观景活动转向更契合健康生活方式的运动休闲活动。

科技拓展赏花消费边界。唐晓云表示,随着数字技术和低空经济加速进入文旅场景,赏花方式正在被重新定义,游客可以在数字叠加、夜间演艺和空中多角度赏花。“未来赏花游的高价值增长空间关键在于更大的花海,而在于更多元、更有趣的体验方式与融合本地更多资源的产品和业态。”唐晓云说。

夯实长期发展能力

游客对赏花的热情迅速点燃了各地发展赏花游的积极性。不过,徜徉于花海之间,如果游客打卡的都是相似的景观、参与的都是雷同的活动,难免会出现审美疲劳。《中国赏花游发展报告(2026)》显示,

特色不足正在削弱赏花目的地的竞争力。各地集中种植油菜花、樱花、粉黛等热门花种,到处都是类似的打卡场景和临时摊位,却对地方历史、民俗、非遗和生活方式的挖掘不够,难以沉淀为长期品牌资产。与此同时,一些地方重花海规模轻品质运营,也影响了游客留下来过夜消费的兴趣。

唐晓云表示,未来决定“赏花+”产业能否发展壮大,不在于简单做加法,而在于不同场景之间能否形成体验闭环和消费闭环。对目的地而言,推动赏花经济高质量发展,应当把特色化、融合化、绿色化发展和文化赋能、科技赋能统筹起来,既做大春季流量,也夯实长期能力。一方面坚持因地制宜,立足本地花卉资源、历史文化和生活方式,打造特色品牌,避免简单复制“花海+打卡装置”的同质化路径,融入美食、演艺、非遗、文创、体育和康养等不同业态拓展消费场景,延长产业链条。另一方面围绕预约分时、交通接驳、停车摆渡、如厕休憩、应急医疗、客流预警和官方拍照点位等环节,提升花季高峰期综合治理能力,守住游客体验底线,同时强化生态承载力评估、文明游览引导和资源保护,推动赏花游高质量发展。

以旧换新红利实打实

本报记者 余健

老旧车辆置换享补贴、家用电器更新得实惠、数码产品换新有利……随着消费品以旧换新政策在内蒙古包头市纵深推进,一系列惠民利民举措精准落地,既破解了市民老旧物品处置难题,又有效撬动市场消费热情,为本地消费市场注入强劲动能,成为拉动区域消费提质升级的重要抓手。

“关注‘探岳’这款车很久,一直没下定决心,今年以旧换新政策加上厂家补贴,优惠力度很实在,直接就下单了。”包头市个体户李鑫告诉记者,他家中使用10余年的老旧车辆,通过以旧换新抵扣了8600余元,再叠加企业5000余元补贴,整体优惠超1.3万元。实打实的政策红利,让李鑫顺利完成车辆更新心愿。

政策落地成效也体现在汽车销售市场。“今年政策灵活性强、惠及面广,政府补贴审核、拨付实行一周一批次,办理效率很高。”包头德众汽车服务有限公司销售总监李福龙介绍,今年汽车以旧换新政策实施后,门店线上客流到店率提升约20%,客源以老旧车换购群体为主。今年以来,该门店累计售车200余台,其中八成消费者享受以旧换新补贴,政策带动销售效果显著。

自2024年汽车以旧换新政策启动以来,包头市始终锚定“释放消费潜力、增进群众福祉”核心目标,跳出“被动执行”思维,主动聚焦群众办事“找谁问、怎么报、反复跑”的痛点堵点,以精细化、人性化举措为政策落地“铺路搭桥”。

“我们坚持主动靠前服务,建强联络机制,优化审核流程,跨部门协同破题,建立新车销售企业政策解读联络员工作机制,着力构建‘商务局—联络员—销售部门—消费者’四级联动体系,确保服务不留死角,惠民红利直达群众。”包头市商务局市场体系建设科科长戎茜说。

家电消费市场同样迎来换新热潮。近期,包头市民李咏梅在包头利家电为家中老人更换新冰箱,通过旧机折价叠加国家补贴,一台2700余元的冰箱最终优惠400余元。“老冰箱用了多年,正好借着政策换新,不仅省钱,还能妥善处理旧家电,门店送新拉旧一步到位,体验非常好。”李咏梅说。

包头市利家电有限责任公司总经理祁莹表示,以旧换新是惠民利民的好政策,既解决了消费者旧机处置难题,又有效刺激家电消费。公司持续优化服务模式,目前针对冰箱、彩电、洗衣机、空调四大品类,推出跨品类换新服务,旧机折价结合国家补贴,让消费者享受多重实惠。今年以来,门店以旧换新销量占比超五成,市场拉动效果明显。

祁莹介绍,利家电回收的旧机全部交由专业企业拆解,杜绝流入二手市场,旧机折价100元至3000元不等,平均补贴五六百元。企业依托自有物流售后体系,实现送装、回收一体化服务,虽增加运营成本,但有效提升了客户黏性,实现企业与消费者双赢。祁莹也希望,能够进一步的政策延续性,持续稳固市场消费信心。

在3C数码领域,以旧换新国补政策同样带动市场升温。青山区万达广场华为生活体验馆工作人员潘虹睿介绍,政策落地后,门店客流量、销售额明显提升,超六成消费者选择购买有国补的产品。“消费者如今对相关补贴政策有稳定预期,一旦政策暂停,可能会选择观望。”

在小米之家科技有限公司内蒙古分公司包头区域负责人刘嵘看来,国补政策的本质是刺激消费、扩大内需,让资金流动起来。消费者越来越理性,国补政策的重要性开始凸显。“小米作为政策红利的受益品牌之一,在国补政策的推动下,销售有明显增长。”刘嵘告诉记者,在政策空窗期,小米也会出台厂家自补政策,以稳定市场预期,持续激发消费需求。

为放大政策效能,包头市在落实国家补贴政策基础上,因地制宜推出地方错层补贴,将以旧换新产品品类从10类拓展至37类,全面覆盖居民日常生活消费需求。包头市商务局流通科负责人韩利军称,当地引导3C数码企业扩店布局,推动华为、小米等八大品牌新增门店138家,直接带动相关经销企业销售额增长20%以上。

包头市商务局党组书记、局长石丽娜表示,包头市始终坚持“惠民为本、精准施策、政企协同、从严监管”理念,破解消费痛点、优化营商环境、完善回收监管体系,让以旧换新政策落地见效。2025年,全市全年审核通过补贴订单65.28万份,拨付补

资金近7.27亿元,直接带动销售额近54.53亿元,有效激活消费市场内生动力。

“下一步,包头市将持续巩固政策成效,聚焦群众需求与产业发展,进一步优化政策举措、简化办理流程,强化市场监管、完善回收体系,推动以旧换新工作提质增效,持续释放消费潜力,为全市经济高质量发展提供有力支撑。”石丽娜说。

在包头德众汽车服务有限公司销售门店内,消费者正在选购汽车。
本报记者 余健摄



游客在广西南宁市青秀山风景区绣球谷踏青赏花。
喻湘泉摄(新华社发)