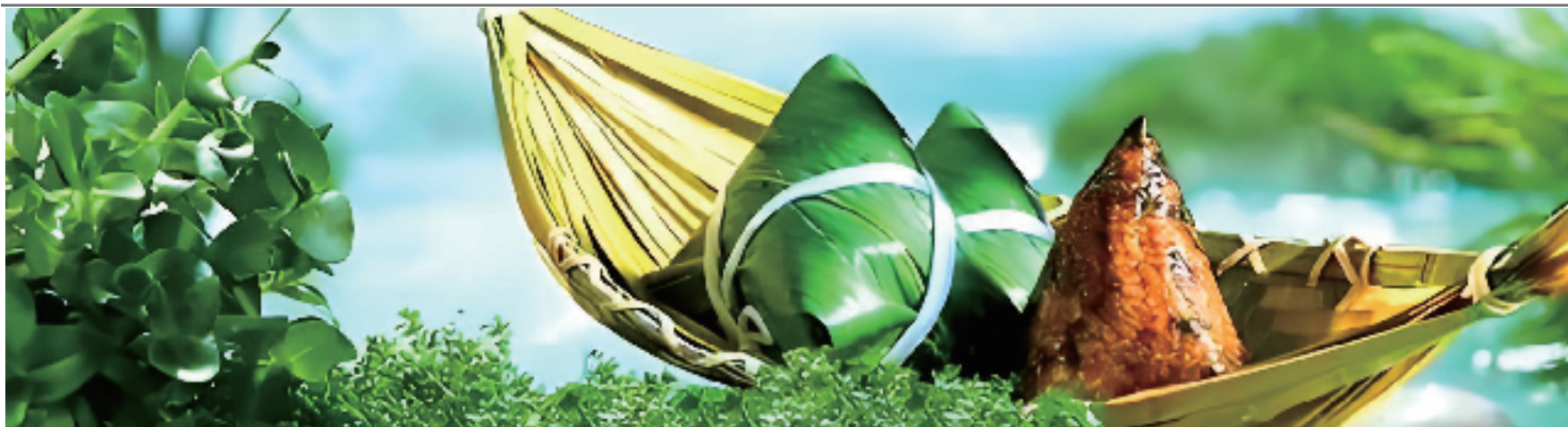




▲端午假期,杭州均入选几大OTA平台自驾游目的地前10名 图源:径山旅游度假区

双节叠加催生多元消费,民俗体验与情绪经济共舞 端午出游趋势洞察: 从“节日经济”到“长效价值”的进化之路

当端午节与六一儿童节在日历上“相遇”,国内旅游市场呈现出鲜明的节日消费特征。携程数据显示,2025年端午假期国内周边游预订量同比增长23%,马蜂窝“周边游”搜索热度周涨幅突破50%,2小时高铁圈成为80%游客的首选——从上海到嘉兴的古镇探秘、北京到秦皇岛的滨海休闲、成都到乐山的美食之旅,“中心城市辐射周边”的微度假模式持续升温。

数据勾勒端午消费轮廓,亲子萌宠成增长极

双节叠加效应直接催生亲子游爆发式增长。途牛数据显示,端午出游人群中亲子客群占比达38%,2-3天的短途行程占比超80%;携程平台亲子酒店搜索热度同比上涨45%,高星亲子酒店供给量突破50%,上海迪士尼“乐园+酒店”套餐、广州长隆野生动物世界家庭房提前两周售罄。河北游客张倩的经历颇具代表性:“为抢到带儿童乐园的亲子房,我连续三天设置抢单闹钟,虽然房价比平日贵了60%,但孩子能在端午体验包粽子和动物互动,觉得很值得。”

于此同时,宠物经济也同步迎来狂

欢时刻。美团数据显示,端午前两周“宠物出游”搜索量同比上涨57.1%，“宠物酒店”搜索量激增91%,95后、00后年轻家长成为主力客群。携程酒店平台上,宠物友好型酒店占比达18%,平均房价较普通酒店溢价30%,杭州、成都等地的宠物友好农场推出“人宠共游”套餐,包含宠物SPA、萌宠运动会等特色服务,预订量较去年同期增长200%。浙江游客许利霞为柯基犬准备的“旅行装备”清单长达12项:“从便携推车到定制粽子形状宠物窝,商家的细分服务让带毛孩子出游越来越方便。”

不再只能打个卡算数,各地民俗体验升级



▲杭州西溪湿地龙舟胜会正火热进行中 供图 潮客@响鸣光影

端午民俗正从文化符号转化为可触摸、可参与的体验产品。同程旅行数据显示,“龙舟”“粽子”关键词搜索量周环比增长270%,全国超200个景区推出非遗主题活动,形成地域特色鲜明的体验矩阵:

浙江及长三角地区将端午民俗融入古镇肌理,创造独特的沉浸式场景。乌镇推出“水上五黄宴”,8艘摇橹船首尾相连组成“水上宴席”,游客在品尝黄鱼、黄鳝等传统美食时,可观赏河道两侧的龙舟竞速与汉服巡游;西塘古镇的“汉服民俗市集”日均接待1.2万人次,亲子家庭可体验古法包粽、五彩绳编织,身着汉服的孩子们在青石板路上参与“射五毒”投壶游戏,成为社交平台热门话题。

珠三角与两湖地区则以龙舟为核

心打造体验IP。佛山叠滘“弯道龙舟赛”通过央视直播破圈,带动当地旅游订单量同比增长167%,游客可登上传统龙舟参与训练,在河道飞驰中感受“扒龙船”的拼搏精神;湖南汨罗国际龙舟邀请赛期间,屈子祠“端午祭”复原古礼,游客亲手制作牛角粽、投放江灯祈福,沉浸式体验屈原故里的文化厚重感,景区日均接待量突破5万人次。

陕西永兴坊非遗剧场推出“秦腔+皮影+华阴老腔”组合演出,通场票销量同比激增12.6倍,观众在欣赏传统技艺的同时,可参与木版年画、凤翔泥塑等手作体验;北京故宫“紫禁城端午雅集”开设儿童专属非遗课堂,孩子们在故宫老师指导下制作艾草香囊、绘制端午主题团扇,课程预约系统开放3分钟即满员。



▲今年,浙江乌镇将特别推出龙舟船宴 供图 乌镇景区

票根经济持续发酵,跨城观演激活“情绪消费”新蓝海

端午假期,“为一张票奔赴一座城”的旅行新常态持续深化,演出市场与旅游消费形成强力共振。携程平台显示,陶喆福州演唱会、邓紫棋贵州演唱会等热门演出门票售罄率达100%,北京奇遇海音乐节、长沙草莓音乐节周边30公里酒店预订量环比增长400%,常州、晋城、德州等“演唱会目的地”酒店热度飙升至全国前三,衍生消费覆盖餐饮、文创、夜游等多个领域。

这种“情绪驱动型”消费正从国内向海外延伸。爱彼迎数据显示,韩国仁川因WeverseCon音乐节搜索量暴涨40倍,成为端午期间亚太地区增速最快的目的地;日本东京巨蛋周边民宿预订量同比增长300%,大量中国乐迷借观演之机深度体验当地端午祭典。深蓝智库调研显示,85%的年轻游客将“释放压力”“社交认同”列为跨城观演的主要动机,超九成消费者在观演外产生500-2000元的额外消费,形成“1元门票撬动8元消费”的经济效应。

消费形态的转变倒逼目的地升级

服务生态。黄山音乐节联合宏村景区推出“白天古镇探秘+夜晚摇滚狂欢”套票,提供免费接驳巴士与专属化妆间;成都草莓音乐节与三星堆景区联动,推出“青铜主题”限定周边与夜游观星活动,将文化体验与音乐狂欢有机融合,实现客单价提升60%。



▲端午小长假,2025长三角顾锡东戏曲艺术周将在西塘古镇举办 陈康/摄

入境出境双向升温,传统节日成为文化交流新载体



▲五黄宴 供图:潮客@大大大鱼儿供图

端午假期的文化魅力正吸引全球目光。携程数据显示,入境游酒店搜索热度同比翻倍,日本、韩国游客占比达65%,他们对“非遗体验+现代生活”组合表现出浓厚兴趣:苏州同里古镇为国际游客定制“中英双语裹粽工作坊”,并提供汉服租赁与古镇旅拍服务,入住外宾满意度达92%;西安大唐不夜城推出端午主题沉浸式演出,英文字幕导览与互动体验吸引大量欧美游客,节日期间

外籍游客接待量增长180%。

出境游市场则呈现“短平快”特征,3小时飞行半径内的目的地备受青睐。上海飞往曼谷、济州岛的单程机票低至500元,带动泰国、韩国成为端午出境游前两名;越南、埃及等特色目的地酒店热度涨幅超200%,不少游客选择在境外体验“别样端午”——在曼谷唐人街参与龙舟巡游,在首尔景福宫体验韩国端午祭假面舞,文化差异催生新的消费增长点。

对此,中国社会科学院教授魏翔认为:“端午消费热潮的本质,是文化认同与情感需求的集中释放。未来需打破节日局限,将民俗元素转化为常态化体验产品,同时加强‘服务+科技+情感’的多维赋能,才能实现从流量聚合到价值沉淀的跨越。”(资料整合自央视网、央视新闻、人民网)