

# 年味之新也是发展之新

韩志楠

“史上最长春节假期”落幕，人们带着家乡特产和亲人叮嘱，重新奔赴工作岗位。回望这个春节，不少人在走亲访友的间隙会生出一丝感慨：如今的年味，好像和小时不一样了？

其实，年味从不是一成不变的符号，它始终跟着时代脚步悄然变迁。从过去“吃大餐、穿新衣”的热切期盼，到如今“旅行过年、宅家放松”的从容选择；从执着于物质层面的丰盛，到更看重精神世界的充盈，年味的每一处变化，都映照出时代的发展、文化的浸润、生活的进阶。

曾经，过年的仪式感似乎更多体现在一件件具体的“物件”上。一桌丰盛的年夜饭、一身崭新的新衣、一声声响彻街巷的爆竹声……这些鲜明的印记，承载着人们对美好生活最朴素的向往。那时，春节是一年

中物质生活的“高光时刻”。

随着经济社会高质量发展，物质供给极大丰富，吃好穿新早已从春节专属变为日常写照。当物质需求得到充分满足，人们的追求自然转变，年味的内核也随之迁移——身心的放松、精神的丰饶、亲情的滋养，成为新时代年味最真实的底色。

春节期间，有人举家出游，在山水间开阔眼界，把旅途变成亲子课堂；有人卸下疲惫，在陪伴家人中享受慢生活；有人走进博物馆、文化馆，在非物体验、书画展览中感受传统文化魅力；有人将父母接到大城市“反向团圆”，让他们解锁了人生第一次飞行……越来越多的人挣脱应酬束缚，放下物质攀比焦虑，遵从内心感受，用自己喜欢的方式，度过一个真正属于自己的春节。

丰富的过年选择，不仅反映了人们生活水平的提升，也在宏观层面折射发展理念的深刻跃升——从过去侧重投资于物，夯实物质基础，到如今投资于物与投资于人才紧密结合，聚焦人的全面发展。今年春节，全国各地统筹安排20.5亿元资金，通过发放消费券、补贴等形式惠及消费者；增强消费品供需适配性等一系列长期政策显效，消费新场景惊喜不断……国家政策持续发力，为新春年味提供了坚实支撑，让投资于人才绵绵不断地转化为民生福利与市场活力。

科技的融入，则让这份年味有了新的时代印记。今年春节，人工智能进一步走进寻常百姓家。公园里，小朋友同机器人握手嬉戏，在欢声笑语中感知科技魅力；厨房里，老年人借助AI学习做新菜，让年夜饭既有家乡味又有新创意……科技

服务于人、便利于人，让不同年龄段的人都能找到属于自己的乐趣，这正是新质生产力惠及民生的生动体现。

一代人有一代人的年味，一代人有一代人的幸福。年味，变的是过年的形式与载体，不变的是刻在骨子里的团圆初心，是流淌在血脉中的亲情温暖，更是对美好生活的永恒追求。

列车车厢里，有人整理着假期里的全家福，有人规划着新一年的工作目标，还有人与邻座交流家乡的新变化。这些细碎的瞬间，藏着春节带给人们的力量，也藏着“十五五”开局之年万马奔腾的势头。

带着春节的温暖与蓄力，在各岗位上踏实奋斗，在平凡日子里认真生活，这便是年味最好的延续。

# 与父母做朋友，代际相处的新范式

孔德洪

据近日《半月谈》报道，Just So Soul 研究院联合复旦大学相关研究团队推出的《2026 年社交趋势报告》，以“寻找人生‘合伙人’”为主题，将当下年轻人的社交态度与实践总结为十大关键词，“重新养育父母”便是其中之一——当年轻人不再执着于改变父母，而是以成熟的心态接纳其局限，以平等的姿态搭建沟通桥梁后发现，传统代际关系正迎来一场温柔的转变。

这种代际关系的新范式，本质上无关物质补给，而在于精神层面的理解与赋能。曾几何时，不少家庭春节相聚总伴随催婚催育的拉锯，生活观念的碰撞，父母的单向权威让亲子沟通磕磕绊绊，年轻人的逃避对抗则让亲情蒙上阴霾。而当有一天，父母陷入“跟不上时代”的焦虑，他们的认知局限随着岁月变迁逐渐显露，年轻人才真正读懂，父母的唠叨里藏着牵挂，固执中裹着迷茫，那些看似不可理喻的行为，不过是他们面对时代变迁时的无措与不安。于是，不少年轻人开始放下偏见、接纳父母的不完美，俯身看见他们的脆弱，用耐心和陪伴消解焦虑。

长久以来，父母是养育者，子女是被照顾者，固化的角色让沟通失去平等基础。如今，年轻一代选择打破传统亲子关系的单向叙事，成为父母的朋友；教父母操作智能设备，为他们打开拥抱世界的窗口；倾听他们的烦恼，给予更多情绪价值；理解他们的执念，守护他们的精神家园。这种平等互动，让隔阂在换位思考中消融，亲情在相互尊重中升温。

代际关系新模式的流行，更是年轻一代自我成长与心智成熟的生动体现。许多年轻人在成长过程中，曾承受过父母的期待过载与话语压制，成年后却在回望中逐渐释然。父母的行为模式与他们的成长经历和认知局限紧密相关，带着深深的烙印。当年轻人以成年人的视角去看父母的来时路，不仅是在与父母和解，更是在与过去的自己和解。治愈父母的迷茫，实则是治愈自身的成长创伤；化解代际的隔阂，更是打破家庭负面情绪的代际传递，这份清醒与包容，正是社会心态越发开放、价值更加多元的最好证明。

这种双向滋养，让春节团圆超越了简单相聚，成为重塑家庭关系的起点。年轻人理解父母走亲访友的执念，父母尊重子女独处的自在；长辈包容子女的“社恐”，晚辈体谅老人的“固执”，双方以“家庭合伙人”的身份磨合相处，少了针锋相对，多了彼此体谅。春节里的一杯热茶、一次耐心讲解、一场平和谈心，都在为亲子关系注入暖流，让家庭氛围更加融洽、和谐。

从长远看，与父母做朋友，不应是年节里的一时兴起，而应是日复一日的主动走近，这不需要轰轰烈烈的举动，更需要细水长流的耐心和投入。

父母养育我们长大，为我们描摹生命的底色；我们陪伴父母变老，为他们点亮晚年的微光，这无疑是亲情最美的模样。

# 家门口旅游火了，旅游体验与品质不在距离远近

杨朝清

2026年春节正在发生一个明显的变化：越来越多人选择在家门口完成“过年式旅游”。近日，某在线旅游平台发布的《2026年春节旅游趋势报告》显示，为兼顾探亲与出游，大批返乡人群转向“不跨省”的本地游、周边游——从县城到市区、从地级市到省内中心城市，省内短途度假成为主流。

“家门口旅游”的火爆，说到底还是旅游产业转型升级的产物——在全域旅游时代，旅游目的地变得越来越多样化，兼顾探亲与出游双重诉求的优势，让“家门口旅游”备受青睐。越来越多的游客在旅游打卡项目上“做减法”，在舒适体验度上“做加法”。在有限的假期内，如何过得更加充实？同样是旅游，如何更有品质？“家门口旅游”的兴起，固然有各地普遍发放消费券补贴，使得旅游门槛降低的原因，也和体验经济的成熟与落地息息相关。

从供给端来看，一些地区服务设施、产业配套、市场体系等日益完善，恰好接住游客们的新需求，有特色的家乡小城应运而出“圈”。高铁交通基建的完善，使“家门口旅游”的效率大大提高；高品质的民宿、有特色的餐饮等配套服务，让游客们更舒心。

另一方面，消费者的需求也在变化。许多游客不再满足于蜻蜓点水、走马观花的“到此一游”，而是追求旅游体验的多元化、个性化。他们不喜欢人山人海、摩肩接踵的高密度旅游，而是渴望深度嵌入并充分感受当地的文化内涵，追求旅游的深度与品质，在汲取精神滋养的同时，深入了解当地的历史民俗。“家门口旅游”除了满足消费者休闲娱乐的需求之外，还兼具文化性和体验性，实现了供需的对接。

“家门口旅游”如火如荼，还源于它满足了游客的精神诉求与情感需要。长期生活在“城市森林”里，让不少城市居民渴望远离快节奏的生活方式，享受一段舒缓身心、精神治愈的“慢生活”。“家门口旅游”不仅成本更低，也有助于让游客放松和愉悦身心，提升了旅游体验与品质。

在大众旅游时代，差异化体验是高质量旅游的生命力所在，独特且具有辨识度的区域特色文化IP，远比千篇一律的打卡点更吸引游客。而在全民旅游的热潮下，如何提前布局、补齐短板，让游客们“高兴而来，满意而归”则是更多地方需要持续关注的课题。

# “反向过年”为城市提出新课题

余颖

春节假期，我收到了北京市统计局的一条短信，“邀请”我参与春节庙会体验调研。印象中，这还是第一次。

一条小小的调研短信，不经意间透露了一个信号：今年春节，北京城里的“人气”，已经重要到需要官方来关注和收集数据了。

这和人们印象中的北京春节可大不一样了。以往大城市一说过年，好像总少不了“返乡过年”“春节空城”，还有个梗，说“Monica”“Rebecca”们一过春节就变成了村里的“翠花”“二丫”。

但今年春节，有个夸张的说法是北京有“好几亿人”——1亿人在故宫，1亿人在颐和园，1亿人在爬长城，1亿人在圆明园赏灯会，1亿人在厂甸逛庙会……上海、深圳、广州、重庆等地也是差不多的“人从众”。

哪来的这么多人呢？有一部分是老家的爸爸妈妈来城市看望在外打拼的孩子，反向过年了。

根据多家平台发布的报告，2026年春节，“反向过年”持续升温。美团数据显示，2月初至2月中下旬，飞往北上广深渝杭等大城市的机票预订量同比增长84%。去哪儿旅行数据显示，除夕前一日，“北上广深”酒店迎来60岁以上旅客的入住高峰，入住量较前一日大涨60%，与2025年春节假期首日相比也增长了54%。另外，60岁以上乘客购买“人生第一张机票”的数量增长了17%。

家乡的年味是七大姑八大姨的家长里短，是田间地头杀年猪、唱大戏的热气腾腾。那城市里的年味又是什么？没有乡邻、鞭炮和流水席，城里这顿团圆饭，该怎么吃出年味？这个问题，其实是抛给城市的。

庙会办不办？灯会搞不搞？酒店贵不贵？某种意义上，父母进城过年，考验的不仅是子女的孝心，更是整座城市的承载力和人情味。

第一道考题，是老人来了能不能住得起、吃得好、出行方便。

春节期间，住宿、餐饮、交通的价格波动直接关系到老年人的消费意愿和体验。对此，各地市场监管部门拿出了行动。比如，四川市场监管部门对价格上涨幅度较大的酒店进行提醒告诫；北京市场监管部门聚焦交通枢纽、商圈景区、住宿餐饮等重点区域，累计检查经营主体1.6万余户次，全力守护京城新春年味。

这些实招，解决的是“来了能不能住得起、玩得好”的基础问题。而第二道考题，是要让老人“来了不想走，走了还想来”，考验城市服务的“软实力”。

城里的小团圆，总不能挤在子

女的出租屋里凑合一顿年夜饭，她们要带父母体验城市里的日常生活——Citywalk、喝咖啡、逛主题乐园。要求城市提供足够丰富的消费场景和公共空间，让两代人的生活方式在这里交融。庙会不仅要办起来，更要办得对老年人的胃口；Citywalk的路线，最好能设计一条适合爸妈慢慢逛的“年味打卡线”。这些都需要城市管理者拿出更多的智慧和诚意。

春节能不能开门红，历来是新年消费市场趋势的风向标。今年“反向过年”带火的城市热度，不只是春节假期的短暂喧嚣，还折射出消费场景的变迁。某种意义上，春节假期这场“大考”，正是城市全年吸引力的“预演”：在春节期间让老人感受到多少温度，平日里就能留住多少年轻人的脚步。人心暖了，城市也就活了。

# 文商旅深度融合激发消费新活力

张鹏翼 李文琦

西安大唐不夜城的霓虹映照着身着汉服的游人，长沙坡子街火宫庙古戏台以花鼓戏演绎着老街的烟火气，哈尔滨中华巴洛克街区里冰雪演艺与百年建筑相映生辉……春节假期，文商旅深度融合的消费新场景热气腾腾，带给人们愉快的体验，激发消费新活力。

当前，我国消费市场正经历从物质满足向精神愉悦、从单点购买向全程体验的深刻转型。2025年中央经济工作会议明确提出“深入实施提振消费专项行动”。在今年地方两会上，“提振消费”与“文商旅融合”也成为讨论的高频词。文商旅融合正成为以高质量供给撬动内需潜力、推动消费提质扩容的重要路径。

长期以来，旅游、商业、文化等业态相对独立，“游在景区、购在商场、文在场馆”的空间分布对消费体验不够友好。当前，各地积极重构的复合场景，延伸了消费链条，可形成“一地生多景、一景带多业”的协同效应。例如，北京东城区依托中轴线世界文化遗产的深厚底蕴，联动周边五大商圈，整合民俗、商圈、老字号、餐饮等资源，跨界重组非遗技艺、自然科学、潮流社交、户外运动

等业态，打造兼具文化质感与新鲜体验的消费场景。这种文商旅融合的场景重构，让消费者从走马观花转向沉浸留驻，不仅延长了停留时间，也延长了消费链条，让城市公共空间在重组中焕发出新的商业价值，实现了从“流量”向“留量”的转变。

推进文商旅深度融合，精准供给是激发活力的关键。为此，在供给侧，须加快从资源思维转向用户思维，深度挖掘潜在消费需求，精准匹配不同消费群体的行为偏好。具体来说，针对本地市民，可尝试推动公共文化场所向兼具文化服务与社交休闲功能的“城市第三空间”转型，将传统的单向游览升级为沉浸式群众文化活动，让文化真正扎根生活。针对国内游客，则可打造精品深度研学线路，配套线上寄送服务，推动消费模式从单一的门票经济迭代升级为具有高附加值的内容消费与体验消费。针对境外游客，可聚焦传统跨境消费的堵点，推广“文旅+退税”一站式服务，为大件非遗工艺品开设离境托运绿色通道，实现场馆下单、直达海外的全流程服务闭环。以精细化供给与定制化服务，实现从低流量到好口碑的升级。总之，摒弃

同质化、追求差异化，方能在精准服务中释放消费潜能。

加强数智赋能，在“科技+文化”中培育消费新动能。近年来，文商旅产业的数字化应用程度不断提升，但不少仍停留在线上预约等浅层环节，文化价值与消费场景的深度融合还有不小的提升空间。当前，各地加快推进数智赋能，探索新型文化业态，积累了不少经验。比如，一些地方文旅场馆利用人工智能、AR（增强现实）、VR（虚拟现实）等技术，重构展陈与游览模式，开发限量版在地文化数字藏品、可交互的虚拟导览员、云端沉浸特展等数字新品，让静态文化资源转化为高互动、强黏性的消费体验。再比如，一些地方依托城市级智慧文旅平台，整合票务预约、客流监测、消费行为等数据资源，实现交通调度、游览服务与商业促销的实时联动。有了科技赋能，文商旅融合让文化传播从单向灌输变为双向互动，不仅提升了游客的体验，丰富了消费形态，还为城市文旅消费培育了新动能。

当前，文商旅融合不再局限于景区商圈的单一发力，而是在贴近民生中拓展消费空间，自觉将服务

触角延伸至社区社群，积极打造触手可及、温暖人心的生活场景。多地积极推动将文旅元素融入社区养老、特色小店等民生服务业态。比如在成都宽窄巷子周边的老旧小区改造中，通过引入蜀绣手作工坊与盖碗茶体验馆，搭建社区居民与外地游客共品美食、共习技艺的“主客共享”空间，让传统街巷焕发新生。从苏州平江路上的缂丝手工坊，到佛山岭南天地的醒狮文化体验馆，依托在地文化与民生场景的深度绑定，培育起兼具烟火气与文化味的消费空间。这种贴近民生的文商旅融合，既激发了社区经济活力、创造了消费增量，也留住了乡愁，成为以人民为中心、定义美好生活的生动实践，同时实现提振消费与改善民生。

提振消费的本质，是提升人们对美好生活的期待与信心。当文商旅融合不再仅仅是业态的简单叠加，而是成为人们在景区景点、街头巷尾、非遗工坊里触手可及的真切体验时，消费便实现了从物质交换到情感共鸣的转变和升级。这种深度融合，不仅是提振消费的新引擎，更传承着文化记忆、彰显着生活创意。



## 帮助身心平稳过渡

春节长假过后，许多人会感到疲惫不堪，精神不振，甚至出现失眠、食欲减退等生理不适。如何在节后调适身心，找回好状态？专家表示，可以通过规律的作息、适度的运动、有序的任务安排，帮助身心实现平稳过渡。

新华社发 冯德光 作

## 出游人次创新高

文化和旅游部2月24日公布2026年春节假期文化和旅游市场情况。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。

新华社发  
徐骏作

