

春假背景下乡村旅游业发展：内在逻辑、挑战与新思路

鄧雨滢*

四川省社会科学院，四川成都，中国

*通讯作者

【摘要】春假制度的全面推行衍生了春假经济新业态，为乡村旅游业发展带来了全新的市场机遇与发展挑战。本文通过梳理春假经济在消费群体结构、时间节律、空间出行半径以及消费品质取向方面的典型特征，从逻辑上揭示了春假经济与乡村旅游业在时间、空间与需求三个维度上的适配性。研究发现，因春假制度推行时间较短，乡村旅游业经营主体在认知、产品打造、配套设施、日常运营等方面仍然存在诸多短板，限制了春假经济这一新动力作用的发挥。基于此，本文从思想认知、产品体系、配套设施、统筹运营等四个层面提出了相应的对策建议，以期促进春假经济与乡村旅游业的互动发展。

【关键词】春假经济；乡村旅游业；供需理论；发展新路径

1.引言

2026年政府工作报告中首次将“春秋假”写入国家政策文件，标志着春假从概念提出到政策落地的演变过程[1]，春假时长多集中在二至三天，且多与清明、五一等小长假衔接[1]，形成了具有中国特色的春季假日消费窗口期，打破了传统旅游市场季节分布格局，为乡村旅游业带来了庞大的消费需求，成为乡村旅游业发展的新动力[2]。

乡村旅游作为城乡融合型产业，历经多年发展已形成一定的产业规模，但传统乡村旅游仍多以农家乐、观光采摘等低端业态为主，存在供给同质化、盲目跟风、四处“学习”、拼贴复制等普遍问题[2]。在春假经济方兴未艾的背景下，消费者需求呈现出多元化、品质化、个性化特征，传统乡村旅游业供给模式已无法适配全新的市场需求，供需失衡问题凸显。因此，文章厘清春假经济背景下乡村旅游业供需特征，探索适配市场需求的发展新路径，助推乡村旅游业蓬勃发展，进一步赋能乡村振兴。

2.春假经济与乡村旅游业发展的内在逻辑关联

随着我国假日制度的日益完善与国民休闲需求的转型升级，“春假经济”作为一种新型的周期性消费现象正悄然兴起。本文从消费群体结构、时间节律、空间出行半径以及消费品质取向四个维度展开分析，系统梳理春假经济背景下乡村旅游的需求特征，阐述春假经济与乡村旅游业在时间、空间与需求三个维度上的适配性，揭示了乡村旅游业

在春假新动力下的供给特征，以期为乡村旅游供给侧的精准匹配提供现实依据。

2.1 春假经济的典型特征

2.1.1 消费群体多元化，核心群体特征鲜明

消费群体多元化，核心群体特征鲜明，亲子与家庭需求成为主力。春假乡村旅游消费群体覆盖了全年龄段，且呈现出了明显的群体分化。一是亲子家庭群体，主要由25-40岁中青年父母和6-18岁孩子构成，作为春假经济最明显最核心的消费主力，年龄圈层高度集中，家长们更倾向于带孩子走进乡村，开展自然研学、农事体验、亲子休闲等活动，注重旅游产品的教育性、安全性与体验性；二是青年消费群体，包括大学生、旅居族、灵活职业者，是春假经济的一个重要群体，追求个性化、小众化、沉浸式旅游体验，追求乡村露营、骑行、徒步、民俗打卡、田园摄影等新业态；三是中老年群体与踏青群体作为补充群体，以退休人群为主，注重乡村生态环境与康养休闲，注重慢节奏、性价比、安全性与舒适度的乡村观光、田园养生旅游。四是专业研学团队与团建群体，多以团队形式出行，计划性强、停留时间略长，消费集中于体验项目。综上所述，亲子家庭是绝对主力，25-40岁家长和6-18岁孩子是目标消费人群，专业研学团队也大多集中面向这一群体，青年群体是流量担当，机构或企业小型团建也以青年群体为主，中老年群体是稳定补充。

2.1.2 时段高度集中，季节性与脉冲性极强

春季气候宜人，消费需求集中爆发，时

段高度集中,季节性极强。中小学春假与春季花期的自然周期高度重合,不仅指向清明、五一等法定长假,更包含了周末、调休等碎片化时间的灵活运用,这使得乡村旅游不再局限于长假单波爆发,而是形成以周为单位的短期脉冲式旺季。从乡村旅游业单日客流进行分析,由于主流群体以亲子为主,呈现出了明显的“日间出游,早出晚归”日内节律,即上午十点至下午两点为体验高峰,也是赏花、采摘、研学等核心活动的黄金时段;而下午傍晚时段则是返程高峰。

2.1.3 短途休闲为主,都市圈联动发展显著

以短途休闲消费需求为核心驱动力,都市圈联动发展特征十分显著。受春假时长有限、假期分散化影响,游客主动减少长途跋涉,优先选择周边乡村休闲业态。出行半径锁定城市周边一至三小时车程范围,自驾出游、本地周边游占比持续走高,近65%的游客选择三至五天行程[3],近郊乡村、城郊聚落、县域近郊板块,已然成为乡村旅游的核心承载空间。

2.1.4 品质消费升级,体验与社交需求凸显

消费需求品质化,体验型社交型需求占主导。随着居民消费水平提升,春假乡村旅游业面向亲子主流消费群体以及该群体家庭聚会,致使需求从传统的观光游览向教育研学、沉浸式体验、品质化休闲转型,游客不再满足于简单的田园观光、农家餐饮,门票经济弱化,而是对认识学习型、运动养生型、体验收获型、情感社交型、复合型等乡村旅游需求更加迫切[4],对乡村民宿、特色餐饮、研学课程、康养项目、文创产品等高品质旅游产品的需求大幅提升,追求“吃住行游购娱”一体化的优质旅游服务。

2.2 乡村旅游业的新动力:春假经济

春假经济作为春季短期休闲消费的新动力,以家庭主导、短时集中、近郊出行、休闲体验为主体特征,与乡村旅游的发展属性、产品供给、市场定位高度契合,二者在时间、空间、需求三大维度形成深度适配,春假经济成为乡村旅游业发展的新动力。推动乡村旅游成为春假经济的核心消费场景。

2.2.1 假期节律与乡村旅游供给的精准适配

春假经济的时间特征集中体现为短期性、集中性、季节性、碎片化,与乡村旅游春季运营规律、产品周期完全匹配,实现供需时间的无缝衔接。中小学春假与清明小长假及周末碎片化假期重叠,假期时长以短途

休假为主,核心时段集中在三至四月春季花期,这与乡村旅游春季自然景观、农事体验、踏青休闲的时令供给高度契合。乡村旅游依托春季花海、春耕、采茶、时令采摘等限定性资源,恰好满足消费群体春假短期集中的出游需求,弥补城市休闲场景的春季体验缺口;同时,春假“日间出游、早出晚归”的时间规律,与乡村旅游日间观光、轻体验的运营模式相适配,即便乡村旅游夜间业态尚未完善,也能满足游客短时休闲的核心诉求。

2.2.2 近郊圈层与乡村旅游场景的高效适配

春假经济的空间主体特征表现为近程化、都市圈化,与乡村旅游的空间布局、场景优势高度适配,构建起短途休闲空间闭环。乡村旅游依托原生态田园风光、静谧乡村环境、本土化民俗场景,区别于城市拥挤的商业休闲景区,满足春假游客逃离城市喧嚣、放松身心的空间需求;同时,乡村旅游点位分散、小众私密的空间特征,契合春假游客避开人流、追求隐私性社交需求的出行偏好,不仅有效缓解热门景区的空间拥挤问题,又可以满足多个家庭共同出行的社交需求和聚会隐私性。从空间供给来看,乡村旅游涵盖村落、田园、农场、民宿等多元化场景,可同时承载观光、研学、农事、康养等多种春假出游需求,可以实现空间资源的高效利用,进一步契合春假经济短途休闲需求。

2.2.3 消费诉求与乡村旅游产品的深度适配

春假经济的需求主体特征以家庭亲子为主导、青年休闲为重点、中老年康养为补充、品质体验为核心,与乡村旅游的产品供给、服务定位形成深度匹配。春假核心消费群体为亲子家庭,该群体以亲子陪伴、自然教育、休闲放松为核心诉求,乡村旅游利用当地丰富的资源如农耕文化浓厚、自然风光秀丽、民风民俗保留完整和天然好品质农产品等可以满足消费群体的部分需求,而且,部分乡村旅游业经过多年来发展,不断推出农耕体验、植物研学、田园采摘、亲子手工等产品,恰好满足家庭游客的教育性、互动性需求;青年群体作为重点群体,更加注重乡村休闲产品和服务感知、体验、审美、品牌等,他们愿为特定场景付费,强调自然景观与个人体验、休闲心态的整合[5];中老年消费群体作为补充,该群体侧重踏青康养、乡土怀旧,乡村慢节奏、原生态的环境,适

配其低强度、高舒适度的休闲需求。

3. 乡村旅游业推动春假经济面临的挑战

然而，春假经济这一新动力作用的发挥，并非是一触即发的自然过程，而是对乡村旅游业现有的供给体系提出了全方位的检验。从现实情况来看，乡村旅游业在思想观念、产品内容、硬件配套以及日常运营管理等现有条件方面，依然存在着诸多短板与制约。这些既有条件的滞后，导致乡村旅游在面对春假期间高密度、高品质、短时集中的消费需求时，往往出现“供需错位”或“承载无力”的现象，在很大程度上限制了春假经济作为新动力对乡村振兴的拉动效应。因此，深入审视并破解乡村旅游业在承接春假经济过程中面临的现实瓶颈，已成为当前亟待解决的课题。

3.1 观念认知准备不足，发展适配意识薄弱

春假推行时间较短，作为新兴短途消费时段，市场节奏与出游模式发生显著差异，但多数乡村经营主体仍固守传统节假日经营思维，没有针对春假短途游、亲子游、轻休闲的新特征转变认知。普遍只重视大型长假的客流承接，忽视春假碎片化、近郊化的出游趋势，对春季时令消费潜力认知、研学主体性认知、短途化微度假的市场潜力认知十分不足。整体经营思维偏被动，缺少主动抢抓春假流量的意识，依旧停留在坐等游客上门的老旧模式，没有结合春假人群需求调整经营思路与服务理念。

3.2 产品体系准备不足，特色内容供给缺失

现有乡村旅游内容长期固化，品农家饭、住农家院已不能满足广大旅游者的心理预期[6]，且没有针对春假出行特点做针对性优化与创新。大多长期依赖单一的花海观光、简单采摘和农家餐饮，并未围绕春假特点完成产品升级与内容储备。春假主打踏青放松、自然教育、沉浸式体验，但多数乡村缺少适配春假主体的沉浸式农事活动、自然科普、轻量化休闲业态内容。春日限定特色产品开发浅薄，大多只是简单复刻网红打卡场景，本土乡土特色挖掘不足，产品同质化严重，无法匹配春假游客多元化、体验化的出游诉求。

3.3 配套设施准备不足，配置承载能力有限

前期建设缺少前瞻性考量，没有预判春假近郊自驾客流集中涌入的现实情况。面向春假期间集中爆发的近郊自驾客流，乡村交通道路通行能力低，乡村交通运输方式单

一，主要依靠公路、铁路等交通方式，游客到达乡村旅游目的地的交通时间长、成本高，极大影响游客的出行体验[7]。公共卫生间、休憩设施、卫生便民服务点分布不均、数量不足且维护粗糙，同时夜间配套几乎处于空白状态，缺少休闲漫步、乡村夜游、夜间消费的基础场景，难以留住游客延长停留时间，整体接待条件无法适配春假出行热潮。

3.4 日常运营准备不足，管理应急模式僵化

日常经营方式死板单一，没有建立灵活的管理应急机制应对客流波动。乡村旅游普遍存在淡旺季割裂问题，在春假实施初期，弹性管理与应急运营机制完全缺失。人力安排固化，高峰期服务人手短缺、服务质量下降。日常运营节奏死板，没有根据周末、春假、工作日的客流差异实行灵活经营，淡季资源大量闲置，旺季接待超负荷[8]。整体缺少客流预判、现场管理、价格规范、应急保障等成熟运营能力，难以平稳承接春假带来的短期客流冲击。

4. 春假经济背景下的乡村旅游业发展新思路

4.1 思维系统重塑：从单点经营转向全域顺势布局

跳出以往零散开店、各自为战的小农经营思维，以春假经济整体节奏为导向建立系统性发展认知，以农业为基础的乡村产业增强其运转的持久性和效益的稳定性，必须跨界融合，延长产业的长度、开拓产业的宽度和强化产业的深度，形成协同共生的乡村旅游产业体系[9]。针对春假经济的核心特征，不再固守传统长假被动等客，而是把春假、周末、踏青季视作一套完整的春季消费系统，提前预判近郊客流规律、客群结构与休闲偏好。村集体牵头提前做好统筹工作，调研预判周边城市出游人数与偏好；联合周边景区、学校、社区做好前置宣传，借助互联网为工具，真正实现互联网思维的培养与形成，打造自己的“互联网+”的新工具、新产品、新平台[10]，定点推送春日乡村踏青、研学线路；统一给本村民宿、农家乐做经营引导，同步适配短途游、亲子游、轻度假的新趋势，打破个体盲目跟风、低水平重复的局面，用整体认知升级带动乡村旅游整体对接春假市场。

4.2 产品系统重构：从零散业态转向分层时令供给

摒弃千村一面的低水平开发模式，围绕

春假主体需求搭建系统化产品体系。按照亲子研学、青年休闲、中老年康养不同客群构建分众化产品矩阵,串联赏花踏青、农事体验、乡土民俗、春日美食、田园旅居等内容,形成春季专属游玩学链条。打造面向亲子群体从“看花”到“用花”的特色产品,结合研学需求,采用花酒、香薰、花药等DIY形式,让亲子沉浸感受制作工艺,同时配套农学研学,以“认领一亩地”方式进行;自然课堂,将自然科学走进生活;非遗鱼拓,培养亲子业余爱好;主题渔趣,让消费者动手体验,各式各样的活动进一步适配显著主体性的春假经济,同步布局夏秋冬接续产品,用四季业态平衡淡旺季落差,告别单一靠花期撑场面的被动局面,以系统化产品结构增强长期吸引力。

4.3 配套建设思路:从基础欠佳转向短途承载提质

紧扣春假短途化的出行特征,摒弃大规模拆迁改造的重资产模式,完善相关配套设施,全方位、综合性的开发各种乡村旅游项目[11]。重点梳理进村主干道与内部支路,拓宽会车节点、疏通拥堵路段,利用闲置空地、村头空地增设临时便民停车场,从源头缓解春假车流集中拥堵问题。按需加密布局乡村公共卫生间、沿途休憩驿站、简易便民服务点,完善基础便民保障。依托现有田园、街巷、河道等原生空间,低成本打造夜间慢行步道、乡村小微市集、田园灯光氛围等轻量化夜游场景,打破日间游玩即走的局限,拉长游客停留时长,真正提升乡村承接春假客流的硬件基础与游玩体验。

4.4 运营系统统筹:从粗放散管转向弹性协同治理

立足春假近郊自驾出行的现实特点,改变以往各家自扫门前雪、旺季乱应付、淡季放任闲置的松散运营模式,建立全村统筹、淡旺联动的系统化运营机制。推行全村共享式弹性用工、分时开放、错峰运维,把人力、场地、业态纳入统一调配。用协同化管

理化解粗放管理、服务混乱、资源闲置等现实难题,让乡村旅游从零散自发经营,走向可承载、可持续、可调节的系统性发展状态。

参考文献

- [1] 陈珂,余升旗.春秋假,不只是多放几天假[J].中国报道,2026,(5):82-85.
- [2] 孙九霞,张凌媛,罗意林.共同富裕目标下中国乡村旅游资源开发:现状、问题与发展路径[J].自然资源学报,2023,38(2):318-334.
- [3] 石青川,宋杰.从color walk到研学这个春天,我们为“体验”买单[J].中国经济周刊,2026,(6):53-55.
- [4] 刘德谦.关于乡村旅游、农业旅游与民俗旅游的几点辨析[J].旅游学刊,2006,(3):12-19.
- [5] 韩笑.场景时代乡村休闲旅游的理论逻辑、现实审视与推进转向[J].社会科学家,2023,(12):48-54.
- [6] 王恒.供给侧结构性改革背景下大连乡村旅游业态升级研究[J].江苏农业科学,2017,45(19):80-85.
- [7] 赵双,余正勇,程林.乡村旅游驱动城乡融合发展的机制路径研究[J].云南农业大学学报(社会科学),2024,18(6):32-39.
- [8] 段正梁,吴秀英,张璇等.基于网络文本分析的游客淡季出游行为研究[J].旅游研究,2017,9(6):54-64.
- [9] 明庆忠,李志飞,徐虹等.共同富裕目标下中国乡村旅游资源的理论认知与应用创新[J].自然资源学报,2023,38(2):286-304.
- [10] 戴洪涛.经济新常态下乡村旅游业转型升级研究[J].社会科学家,2019,(10):97-103.
- [11] 多淑金.我国乡村旅游业发展存在的问题及对策[J].经济纵横,2009,(10):76-78.