

如今年轻人的赏花“新姿势”——

偏爱小众花田 体验非遗簪花、手作

春日赏花，本该是安安静静赏景散心，可如今宁波的花海却彻底“闹”起来了！

万亩桃林里飘着汉服裙摆，四明山樱树下支起露营天幕，花海旁的咖啡店排着长队，人人举着手机相机忙着拍素材发社交平台……以前是走马观花、拍张照就走，如今这群年轻人“花里胡哨”地玩出了许多花样。

平台数据显示，宁波赏花游的年轻客群占比已突破60%，整体消费金额同比涨了30%。这群爱打卡、重体验、愿买单的年轻人，用实打实的行动，把春日花海玩成了潮流消费场。



游客在宁波一处花海赏花拍照。

1 赏花第一步，先拍够10张图发朋友圈

对于现在的年轻人来说，赏花从来不是“独自赏景”，而是一场自带社交属性的春日仪式。出门看花，风景好不好是其次，能不能拍出氛围感大片、攒够素材发朋友圈以及小红书、抖音，才是“核心任务”。这股社交热潮，也成了宁波花海最旺的流量密码。

“周末专门拉着闺蜜冲去奉化桃园，提前备好汉服和油纸伞，就是为了拍一组春日限定写真，修图两小时也要发出去。点赞多了，就特别有成就感。”28岁的白领陈雨笑称，自己赏花不是为了看花，是为了“出片”。

陈雨每次出门前都要做足攻略，避开人挤人的热门点位，专挑小众又好拍的花海角落，除了自备穿搭道具，还会顺手买上一束鲜花、一杯花茶饮品当拍照道具。一趟下来虽然花了两三百元，但她觉得特别值。

在宁波各大花海，这样的年轻人随处可见：新中式穿搭、汉服裙摆成了花海“标配”，有人举着专业相机取景，有人开着直播带网友“云赏花”，连拍照姿势都卷出了新花样。

社交平台上，今年带“赏花地图”“春日花海”的笔记和短视频，同比涨了近一半，九成以上都出自年轻人之手。一条爆款打卡笔记，能引来上千人跟风打卡，硬生生把小众花海带成网红点位，形成“线上种草—线下打卡—再分享”的闭环流量，让宁波的花海热度只增不减。

2 告别“干逛”看花，沉浸式玩够一整天

谁还愿意单纯“干逛”花海啊？这大概是现在年轻人最统一的心声。传统赏花，一张门票逛到底，如今宁波的赏花业态紧跟年轻喜好多次迭代，各种新潮玩法扎堆上线，把整片花海变成了全能休闲场，待一天都不会觉得枯燥。

“以前赏花，半小时就匆匆逛完了，现在能从白天待到傍晚，能喝咖啡、做手作，傍晚还有户外音乐，松弛感拉满。”30岁的创业者林浩说，他尤其喜欢东钱湖周边的露营地，每逢花期就和朋友提前预订露营位，点一份主题下午茶，就着花茶甜品在天幕下聊天放空。他认为，这种慢节奏的深度体验，远比赶场式旅游舒服太多。

如今宁波的花海，早已跳出单一赏花的局限，各类新潮业态遍地开花。

镇海植物园、奉化桃园等景区内，花海主题咖啡馆稳居打卡顶流，春季限定的樱花拿铁、桃花气泡水等应季特调，凭借高颜值与清新口感圈粉无数，不少游客点上一杯，就能在花海旁悠闲休憩半日。

余姚、北仑等赏花景区，引入非遗传承人驻场，漆扇手绘、古风簪花等体验项目人气爆棚。

慈溪花朝节、北仑花海艺术节更是会玩，花海市集、户外乐队演出、汉服走秀轮番上线，其中2026慈溪花朝节单日入园游客量突破2万人次，彻底告别传统赏花的单调乏味，让赏花变成一站式休闲体验。

3 当下年轻人赏花，只为心动与体验

传统赏花模式下，游客总盯着免费游园、低成本打卡，核心是“省钱看景”。当下的年轻人却彻底换了消费思路，构建起一套全新的消费逻辑——不盲目纠结单价，更看重消费背后的价值感。

他们愿意为喜好买单，偏爱小众花田与非遗簪花、手作这类差异化体验，拒绝千篇一律的网红套路；更把赏花当成专属社交方式，愿意为“出片”效果、社交分享感而主动付费。

“花两三百元租汉服、买下午茶，不是乱花钱，而是平时上班节奏太紧绷，在花海拍拍照、放空一会儿，整个人都能放松下来，这份快乐比单纯省钱重要多了。”陈雨的想法，道出了许多年轻游客的心声。他们拒绝“穷游式打卡”，愿意为优质场景、舒适体验支付溢价，只要能获得足够的情绪价值，他们就愿意买单，这也是花海露营、花茶下午茶、古风体验能持续火爆的主要原因。

在这套全新消费观的驱动下，宁波赏花消费实现跨越式升级：以往赏花园均消费不过百元，如今普通沉浸式赏花园均消费轻松突破200元，高端定制套餐花费可达上千元。奉化、余姚的乡村花海，“赏花+民宿”“赏花+采摘”的组合套餐备受追捧，东钱湖、慈城周边的精品民宿，要提前半个月订房。

年轻人的消费偏好，直接推动宁波赏花经济彻底转型，从“靠门票赚薄利”转向“靠体验创高收”。数据也印证了这份热度：春季赏花季期间，年轻客群带动周边餐饮、住宿、文创消费涨幅超35%，花茶限定产品、沉浸式体验项目营收直接翻倍。越来越多年轻人把赏花当作短途微度假首选，不再匆匆打卡，而是放慢脚步深度体验，硬生生把原本短暂的花期消费周期，拉长了数倍。

记者 吴丹娜

赏花经济能长效走红，核心从来不是花海景观足够惊艳，而是精准读懂了年轻人的消费内核——不再局限于满足基础观光需求，而是直击情绪价值、个性表达、社交互动三大核心。

这群偏爱“花里胡哨”、注重氛围感的年轻人，用自己的消费选择，重塑了整条赏花产业链，更给乡村文旅、城乡融合注入了鲜活的年轻活力。没有复杂的营销套路，只有贴合需求的场景创新，这份摸透年轻群体的“赏花密码”，不仅让宁波花海火遍当下，更推动赏花经济突破季节局限，从春季限定，变成四季皆宜的城市文旅名片。