

熱辣滾燙 龍年春節看活力

旅遊篇

今年春節假期，內地旅遊市場格外「熱辣滾燙」。返鄉深度遊、出境遊、賞花燈、逛廟會……人們紛紛走出家門，以旅遊度假的方式品味、迎新春。「南北互換、東西互跨」特徵顯著、夜間遊成新熱點……各種花式玩法亦為旅遊市場帶來了一片春意。8天的「超長」假期裏，國內旅遊出遊4.74億人次，總花費6326.87億元人民幣，出入境遊683萬人次，多項指標創歷史新高的背後，是各地文化美美與共的祥和圖景，是國人腰包鼓起來的旺盛消費力，更折射出中國龍騰虎躍的經濟活力。

大公報記者 江鑫嫻



龍遊五洲



掃一掃有片睇

「返鄉+旅遊」成熱門選擇。同程旅行報告顯示，2024春節假期，返鄉探親和休閒度假需求疊加，引爆新一輪旅行消費熱潮。不少遊客選擇前半程返鄉探親，後半程出門旅行。除了文化遊、冰雪遊等度假類消費火爆外，不少返鄉的年輕人還迷上了「返鄉深度遊」。「一批常年在外的年輕人選擇依照線上攻略，重新深度認識家鄉。」在上海工作的江蘇人黃先生告訴記者，通過返鄉深度遊，他在這個假期找到記憶中的家鄉年俗、美食等，同時也感受到了家鄉的飛速發展。

南北互換 東西互跨

今年春節「南北互換、東西互跨」特徵顯著。文旅部表示，春運開始以來北方居民紛紛南下，南方居民到北方滑雪、賞冰成為新時尚。廣東、四川、廣西等南方目的地熱度高；黑龍江、吉林、新疆等地依託豐富的冰雪資源舉辦冰雪旅遊節等活動，豐富冰雪旅遊消費新方式，釋放假日旅遊消費新動能。哈爾濱作為冬季旅行目的地「頂流」，春節期間熱度依舊不減。攜程數據顯示，哈爾濱春節假期旅遊訂單同比增長119%，門票訂單量同比增長155%。「到哈爾濱過節，是因為那裏有冰雪大世界、有雪域鐵路經過的小鎮、有中外歷史文化的交融……」廣東的雯雯選擇到有雪的地方過春節。在她看來，這個城市很有吸引力。

這個假期，包含市集、民俗、非遺、表演等體驗在內的「文化遊」「民俗遊」「樂園遊」等備受青睞。「廟會太火爆沒去成，就帶孩子去了北京最大的燈會——溫榆河千燈會。小朋友身著漢服徜徉在燈海之中，感受傳統文化魅力的同時，還看到了很多科技題材的綵燈。」北京的王女士告訴記者，逛廟會、看燈會、欣賞非遺表演等活動最受家庭成員歡迎。

玩好穿潮 深度體驗

央視春晚《詠春》《青瓷》等優秀舞蹈節目引發了國民大眾關於文化和審美的熱議，佛山、順德、景德鎮、鄭州、瀋陽等城市的搜索熱度隨之而起。有網友表示「原地入坑了」，更有遊客看完春晚直奔機場去感受地方文化的魅力，並深度體驗當地的美景、美食和美好生活。

年俗文化遊，玩的好，還要穿的「潮」。春節期間，在景點、古城、博物館等場所，身著漢服的年輕人成為龍年時尚「弄潮兒」。「觀眾太熱情了，身著漢服講解，好多小朋友來合照。」在中國工藝美術館、中國非物質文化遺產館擔任導賞志願者的李同學表示，很多家長選擇帶孩子到博物館過節。在提供導覽服務時，她會全程穿漢服，讓觀眾更真切感受織繡工藝。多個電商平台的大數據顯示，今年1月以來，漢服的搜索量暴漲，不少熱銷單品的銷售額超過百萬元。

值得關注的是，春節期間全國農村居民出遊率24.6%，出遊人數佔國內遊客出遊人次的24.7%，出遊距離和目的地停留時間也有明顯提升。江蘇農林廳女士告訴記者，春節假期全家開車去了揚州遊玩，身邊不少朋友都選擇了周邊城市中短途旅遊。對此，中國旅遊研究院院長戴斌表示，中小城鎮和廣大農村居民的旅遊消費是旅遊市場下沉最直觀的表現。

出入境遊 雙向火熱

中國國內旅遊經濟一片紅火之時，出入境遊市場熱度也持續高漲。全球眾多熱門目的地都開啟「春節模式」，出國旅遊的網友發現，不少國家都在過「中國年」。據文旅部消息，今年春節假期，出入境旅遊約683萬人次，其中出境遊約360萬人次，入境遊約323萬人次，均接近2019年同期水平。出境方面以赴中國港澳地區以及日韓、東南亞、東北亞等國家和地區的短途跨境遊為主，部分旅行社「星馬泰」產品基本恢復到2019年同期水平。去哪兒數據顯示，這個春節中國遊客足跡遍布全球115個國家，覆蓋全球1754個城市。上海的倪先生一家人春節選擇去馬來西亞旅遊。他表示，出行方便，當地氣候好、景點多，非常適合全家出遊。有在線旅遊平台預測，春節假期後，各旅遊熱門城市客流量將快速下降，酒店、機票等價格也降明顯，適宜錯峰出遊。結合即將到來的賞花季，預計春節假期後的2至3月份，多地將迎來新一波旅遊高峰。

文旅過年

編者按

龍年伊始，萬象更新。濃濃年味中，中國迎來疫情防控轉段後首個常態化春節假期。機場、火車站排起的長隊，商場、街頭掛起的大紅燈籠，旅遊景點攢動的人群，熱氣騰騰的年夜飯……作為中國最重要的傳統佳節，春節成了世界觀察中國的一扇窗。

跨區域流動22.93億人次、4.74億人次出遊、總花費6326.87億元人民幣……「熱辣滾燙」的數字，亮眼喜人的成績單，背後是「歡歡喜喜過大年」的祥和圖景，是國人旺盛的消費能力，也是中國經濟活力澎湃的直觀體現。19日，外交部發言人毛寧主持例行記者會時表示，隨着中國免簽「朋友圈」不斷擴大，出入境遊的熱度持續上升，火熱的出境遊，讓世界共享春節消費紅利，體驗歡樂祥和的中國年味。「正是一年春好時，我們將繼續推動中外人員往來便利化，助力高水平對外開放，為各國共享中國機遇提供更好的條件。」毛寧稱。

大公報今日推出《熱辣滾燙·龍年春節看活力》專題，從旅遊、交通、年貨、文化四個維度看春節新變化，看看一個祥和的中國、多彩的中國、活力的中國、開放的中國、自信的中國。



▲大年初三，在汕頭小公園歷史文化街區中山紀念亭，英歌舞展演活動吸引大批遊客和市民參觀。



▲2月8日，中國遊客在埃及參觀吉薩金字塔景區。



▲遊客在海南三亞大東海樂享浪金沙灘，體驗不一樣的春節假期。

春節假期旅遊數據

- 全國國內旅遊出遊4.74億人次，同比增長34.3%，按可比口徑較2019年同期增長19.0%。
- 國內遊客出遊總花費6326.87億元，同比增長47.3%，按可比口徑較2019年同期增長7.7%。

- 全國農村居民出遊率24.6%，出遊人數佔國內遊客出遊人次的24.7%。
- 全國遊客平均出遊半徑227.9公里，同比增長10.2%，遊客目的地平均遊憩半徑15.4公里，同比增長38.0%。

- 全國5A級景區日均遊客達到1.17萬人次，同比增長78.4%。
- 全國博物館共接待觀眾7358.01萬人次，同比增長98.6%。

大公報記者江鑫嫻整理



▲2月13日，農曆正月初四，重慶十八梯傳統風貌區遊人如織。

民眾話新春

北京 秦同學

春節假期，我們一家四口一起去了八大處新春文化廟會。在這裏，我看到了銅人表演、舞龍舞獅、京劇等傳統文化表演。我們還去了北京最大的燈會——溫榆河千燈會，美麗的非遺綵燈，為我們展示着中國傳統文化的魅力。



浙江 宋女士

今年的年夜飯預定比去年熱鬧得多。去年我們臨時提前一周去家附近的酒店預定，還有座位，但今年提前一個多月就已經預定滿了。最後只能找了一家位置相對偏僻點的，年三十晚上也是座無虛席。



浙江 沈小姐

今年過年我們選擇了去新加坡旅遊，感覺和我們一樣出境旅遊過年的人好多啊，朋友圈裏每天都有人晒來自世界各地的旅遊照片。



廣東 雷先生

春節期間一家遊覽了贛州、南昌和長沙三座城市。人們安心出遊，各地商業復甦，到處都是一派興旺發達的景象。一路走來，我和孩子們領略了城市的風景與人文風情，也感受到中國悠久的歷史和豐富的文化底蘊，擁抱祖國的大好河山。



大公報記者江鑫嫻、王莉、黃寶儀整理

參考內地特色遊 香港旅業新路向

記者觀察

「加長版」春節假期，舉國歡慶，文旅消費市場更是跑出了「加速度」。文化和旅遊部節後公布了一連串火爆的文旅市場數據，國內遊出遊人次和總花費等多項指標創歷史新高。香港亦是錄得約143.6萬旅客人次訪港，丁財兩旺的好業績。急速上揚的數據線背後，是一場場人們追逐「詩和遠方」的美好生活之旅，彰顯着旺盛的消費新活力，也是對各地旅遊業者用心運營的「獎賞」。

事實上，春節假期內地文旅市場的「百花齊放」「熱辣滾燙」，是過去一年內地文旅行業持續復甦、變革的延續。過去一年，淄博燒烤、冰雪「爾濱」、上海文旅「一路繁花」……現象級文旅案例不斷湧現。成功的背後，是各地相關部門苦下功夫的結果，他們深入研究、科學把握市場群體的心理偏好和消費習慣，有效挖掘引領性群體的消費潛力。全方位、精準化滿足細分市場旅遊需求，持續提供充分的情緒價值、促進消費已成為旅遊目的地競爭獲勝的法寶。

香港正在奮力打造好客之都，發展盛世經濟，內地成功案例無疑是一筆財富。當前，香港旅遊定位不再單一化，可借鑒內地城市優質經驗，從創新產品供給，緊扣本地特色，加大旅遊惠民力度，前瞻性地完善旅遊配套等方面着手，符合旅客群體喜好，給予全新體驗，確保本港旅遊業可持續發展。「開門紅，旺全年」。不管是內地還是香港，2024年春節假期文旅熱潮的背後，本質上是一場需求升級和供給創新之間的雙向奔赴。可以預見，新的一年，在傳統、創意、科技等諸多要素的「加持」之下，各地文旅供給將不斷「上新」。一浪高過一浪的消費熱潮，也將為新的一年文旅消費高質量發展奠定基調。大公報記者江鑫嫻