

春節國內遊4.74億人次 消費增47.3%創新高

入出境遊683萬人次「南北互換 東西互跨」特徵顯著

香港文匯報訊（記者 江鑫燭 北京報道）春節假期，內地文旅市場「熱辣滾燙」。文化和旅遊部18日發布消息稱，受政策、供給、宣傳等多種利好因素影響，城鄉居民出遊意願高漲，出遊人次和出遊總花費等多項指標創歷史新高。經測算，春節假期八天全國國內旅遊出遊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6,326.87億元（人民幣，下同），同比增長47.3%，按可比口徑較2019年同期增長7.7%；入出境旅遊約683萬人次，其中出境遊約360萬人次，入境遊約323萬人次。旅遊市場「南北互換、東西互跨」特徵顯著，富有歷史底蘊景區和極具人文特色古城備受歡迎。中國旅遊研究院院長戴斌表示，過年旅遊已經成為美好生活新需求，旅遊過年正在成為新民俗。



◆據初步統計，全國舉辦「村晚」、戲曲進鄉村、新年畫活動、圖書館裏過大年等群眾文化活動約15萬場。圖為2月4日，成都寬窄巷子裏的「年夜飯」，食客在民俗表演中享美食、迎新春。 新華社

另據初步統計，全國舉辦「村晚」、戲曲進鄉村、新年畫活動、圖書館裏過大年等群眾文化活動約15萬場，線上線下約6.69億人次參與。春節假期全國營業性演出場次1.63萬場，同比增長52.10%；票房收入7.78億元，同比增長80.09%；觀演人數657.65萬人次，同比增長77.71%。

多地開展文藝演出等活動

據文化和旅遊部介紹，春節期間，各類文藝演出和公共文化活動廣泛開展，為廣大群眾送上豐富多彩的新春年禮。天津、山東、湖南、貴州非遺大集買年貨，安徽「皖美過大年」等文化惠民活動火熱開展，透出濃濃文化氣息。新春燈會、舞龍表演、廟會市集、非遺秀場等活動成為遊客新春出遊的重要選擇。「這個假期，我帶孩子去北京最大的燈會——溫榆河千燈會，感受傳統文化魅力的同時，還看到了很多科技題材的彩燈。」北京的王女士告訴香港文匯報記者，春節假期，身邊不少朋友會帶孩子參與逛廟會、看燈會、欣賞非遺表演等活動。

全國博物館接待觀眾增98.6%

同時，今年春節，「博物館熱」持續升溫。據國家文物局初步統計，這個假期全國博物館共接待觀眾7,358.01萬人次，同比增長98.6%。其中，陝西、四川、江蘇、廣東、山東、河南、浙江、江西八省份博物館接待遊客超過300萬人次。旅遊市場活力迸發，假日消費持續升溫。「南北互換、東西互跨」特徵顯著。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、湖南、貴州等南方目的地熱度高；黑龍江、吉林、新疆、遼寧、內蒙古等地依託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。

紅色旅遊古城遊受歡迎

另外，紅色旅遊成春節出遊新亮點。中共一大紀念館景區、西柏坡紀念館景區、江蘇周恩來故居、福建古田旅遊區等景區人頭攢動，熱鬧非凡。湖南橘子洲旅遊區春節期間接待遊客63.2萬人次，同比增長44.63%。「我就帶孩子去了趟長沙。在橘子洲頭西望岳麓山，在長沙街頭品嚐特色美食和奶茶，度過了愜意的三天。」北京市民劉女士告訴香港文匯報記者，身邊很多朋友選擇過個「旅遊年」。

富有歷史底蘊的景區和極具人文特色的古城亦備受歡迎。天津古文化街、新疆喀什古城、湖南鳳凰古城、雲南和順古鎮、河北正定古城等吸引廣大遊客前來過大年。河南洛陽舉辦神都燈宴等29項「穿越盛唐洛陽年」主題活動，開封清明上河園讓遊客沉浸式體驗傳統文化。

赴港澳日韓等短途跨境遊火熱

同時，國家級夜間文化和旅遊消費集聚區人氣旺、消費熱、暖意濃。春節期間，已納入監測範圍的集聚區累計夜間客流量9,851.21萬人次，同比增長58.31%。重慶解放碑、西安大唐不夜城、廣州北京路街區、哈爾濱中央大街等集聚區進入全國客流量前十商圈。

另外，在互免簽證、通關便利和航線恢復等利好政策推動下，入出境旅遊加速恢復發展。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「新馬泰」產品基本恢復到2019年同期水平。



◆2月13日，兩名穿着中國傳統服飾的遊客在福建省武夷山市宋街集市遊玩。 新華社



◆2月17日，遊客於春節假期在北京故宮博物院參觀。 中新社

文旅數據亮點(元/人民幣)

- ◆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6,326.87億元，同比增長47.3%，按可比口徑較2019年同期增長7.7%。
- ◆入出境旅遊約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。
- ◆前往港澳台的遊客佔比內地出境遊客總量的71.9%。
- ◆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%。
- ◆全國博物館接待觀眾總量達7,358萬人次。
- ◆全國舉辦「村晚」、戲曲進鄉村、新年畫活動、圖書館裏過大年等群眾文化活動約15萬場，線上線下約6.69億人次參與。
- ◆全國營業性演出場次1.63萬場，同比增長52.10%；演出票房收入7.78億元，同比增長80.09%；觀演人數657.65萬人次，同比增長77.71%。

來源：文化和旅遊部數據中心、國家文物局
整理：香港文匯報記者 江鑫燭

粵港澳陸路口岸通關流量全國佔比逾七成

香港文匯報訊（記者 趙一存 北京報道）中國國家移民管理局18日通報，2024年春節假期全國邊檢機關共保障1,351.7萬人次中外人員出入境，日均169萬人次，較2023年春節同期增長2.8倍，恢復至2019年春節同期的近九成。其中，單日最高客流量出現在2月12日（正月初三），達185.7萬人次。此外，粵港澳陸路口岸通關流量較大，佔全國出入境總量逾七成，珠海港珠澳大橋、橫琴等口岸出入境客流、車流單日通關峰值均創下口岸開通以來最高紀錄。

據國家移民管理局邊防檢查管理司副司長龔耀介紹，春節期間，全國邊檢機關查驗跨境交通運輸工具45.9萬架（艘、列、輛）次，較2023年春節同期增長1.6倍。此外，全國海陸空港口岸通關平穩有序，粵港澳陸路口岸通關流量較大，佔全國出入境總量的73.1%，珠海拱北、深圳羅湖、深圳福田等口岸春節假期日均客流量分別達26萬、18.7萬、15.8萬人次，珠海港珠澳大橋、橫琴等口岸出入境客流、車

流單日通關峰值均創下口岸開通以來最高紀錄。龔耀還介紹，樞紐機場口岸出入境流量增長迅速，上海浦東、廣州白雲、北京首都機場日均客流量分別達8.8萬、3.7萬、3.4萬人次，較2023年春節假期分別增長4.9倍、6.2倍、7.5倍。他表示，國家移民管理局統一部署全國邊檢機關科學組織勤務，配足執勤警力，密切部門協作聯動，及時疏導客流高峰，有力保障春節假期中外人員出入境通關安全有序順暢。

港人北上消費金額增逾三倍

香港文匯報訊（記者 郭若溪 深圳報道）18日，微信聯合同程旅行發布了《龍年春節消費「新意」觀察》展現了過年新方式、新面孔、新潮流和新氣象四個「新意」。其中，香港居民北上過年成為新流動方向，港人內地線上線下交易筆數增長近五倍，交易金額增長逾三倍。受春節出行經濟影響，快餐、小吃增長明顯，部分網紅城市搜索量環比增長五倍。

今年，北上探親、掃貨、出遊的港澳居民成為一道「風景線」。消費、生活因粵港澳大灣區的「一小時生活圈」變得越發便利。《龍年春節消費「新意」觀察》顯示，香港居民內地消費（含線上及線下）交易筆數、金額雙雙大漲，其中交易筆數與2023年春節同比增長近五倍、金額超過三倍，而灣事通綜合跨境服務小程序的訪問量也環比增長365%。

香港居民在內地過年期間，「最愛」餐飲美食，港人在內地消費交易金額中線下餐飲行業增長最快，超過30倍，微信香港錢包WeChat Pay HK成為港人返內地點餐吃飯的優選支付方式。而香港居民在內地最愛用的小程序排名前三的是滴滴出行、luckincoffee瑞幸咖啡、美團。與此同時，春節期間前往港澳旅行的內地遊客也呈現井噴式增長。微信支付在香港線下日均交易筆數同比暴漲五倍；其中，香港乘車碼日均消費筆數同比增長18倍。

微信境外支付筆數同比增近2.4倍

隨着免簽證「朋友圈」的擴大，春節國人出行的足跡越來越遠。春節期間微信支付境外支付筆數同比增長近2.4倍，東南亞仍然是大部分人出境的首選目的地。在東南亞，中國遊客可通過各類微信小程序獲得購物下單、酒店預訂、打車出行等服務，



◆深圳歡樂海岸舉行海狗表演，港人帶小朋友觀看。 香港文匯報記者郭若溪 攝

出國在外也能享受和國內無異的數字生活體驗。返鄉出行「新面孔」帶動城市消費。重慶、成都、西安成為除北上廣深外消費最活躍的前三城市。線下消費最活躍城市中，增速最快的是臨沂、石家莊、哈爾濱、鄭州與南陽，龐大的候鳥返鄉人群與旅遊人群帶旺當地經濟。

節假全國快遞包裹超6.41億件

香港文匯報訊 據新華社報道，國家郵政局監測數據顯示，今年春節長假期間（2月10日至17日），全國快遞業投遞快遞包裹6.41億件，日均投遞量與2023年春節假期相比增長82.1%。

一份份寄往老家的禮品，寄託了遊子的牽掛和鄉愁；一件件從故鄉寄來的年貨，承載了親朋的思念和祝福。互寄年貨已成為人們歡度新春的方式。

數據顯示，自春運開始以來（1月26日至2月17日），全國快遞業攬收快遞包裹56.55億件，較2023年春運同期增長30.8%；投遞快遞包裹59.94億件，較2023年春運同期增長21%。

國家郵政局郵政業安全中心數據管理處副處長許良鋒說，今年春節期間，特色產品和節慶寄遞需求旺盛，農產品繼續保持增長態勢。郵

政管理部門統籌做好春節期間安全生產和寄遞服務保障工作。各寄遞企業克服低溫雨雪天氣帶來的不利影響，健全完善工作預案，加強人員、運力與物資儲備，切實保障在崗快遞員合法權益，全力提升年貨寄遞服務能力。數百萬快遞小哥堅守崗位，穿梭在城鄉之間，守護着春節寄遞工作。