



2024年5月2日,游客在哈尔滨中央大街上留影。



2024年5月1日,2024上海国际咖啡文化节上咖啡店的工作人员(右)在活动现场制作咖啡。



2024年5月4日,游客在宁夏银川怀远夜市品尝当地网红美食辣糊糊。
新华社 发

四重“新”意打造“五一”消费新图景

刚刚结束的“五一”假期,国内旅游出游人次、国内游客出游总花费等多个数据超过2019年同期水平,新玩法、新动能、新风向、新增量等多重“新”意不断涌现,打造出更丰富多元的消费新图景。

1 花样玩法注入新活力

冰雪虽然消融,雪场却没有沉寂。来自南京的王女士没想到,这个假期带着孩子在长春“打卡”的双轨滑车、高空滑索等娱乐项目,竟是天定山滑雪场“换装”而来。

“探索四季运动新玩法,让滑雪场的夏天同样值得期待。”天定山旅游度假区小镇工作人员蔡慧瑜告诉记者,通过四季旅游、研学、住宿等业态联动运营,小镇89栋民宿假期几乎天天满房,未来还计划引进精品夏季体育赛事,以文旅体融合发展丰富游客游玩体验。

除了雪场“不打烊”,多地乘“热”而上,将资源禀赋与国风国潮、赏花露营、主题市集等“流量密码”打通盘活,着力满足游客多元化和个性化需求。

新疆克拉玛依市利用戈壁、山地、沙漠等自然资源,开展低空飞行、无人区穿越、越野骑行等特种旅游项目;重庆打造的潮店体验路线,以“巴适”“开胃”“多巴胺”三大主题串联起不同特色的门店;游客在西安快闪市集不仅可以欣赏国风舞蹈等演出,还能沉浸式体验古法敲背、陶瓷绘画、蹴鞠游戏……

把白天交给“City Walk”(城市漫步),夜晚留给“City Drink”(城市之饮)。伴随各地气温逐渐回升,暴走奔波后享受不同风味的精酿,成为不少年轻人“打开”陌生城市的新方式。

文化和旅游部数据显示,已纳入监测的国家级夜间文化和旅游消费集聚区夜间客流量7257.58万人次,按可比口径较2023年“五一”假期增长6.9%。

2 换新促销激发新动能

推动汽车换“能”、家电换“智”、家装厨卫“焕新”……“五一”期间,消费品以旧换新等多种打折促销活动激活“假日经济”一池春水,商务部重点监测零售企业汽车、家电、家具销售额同比分别增长4.8%、7.9%、4.6%。

“活动发放的汽车消费券总额300万元,每台车最高补贴4000元。除了置换补贴,还有其他优惠,总体力度还是很吸引人的。”3日一早,“浙里来消费·2024汽车消费嘉年华”在绍兴进行,市民陈女士

与家人仔细了解多种车型的优惠价格。

记者梳理发现,“五一”前夕,福建、山东、浙江、上海、广东等多个省市陆续发布消费品以旧换新的实施方案和操作规程,明确了消费者参与汽车、家电等以旧换新的支持范围和补贴细则。商家也纷纷瞄准这一销售窗口,相继抛出力度空前的优惠政策。

人潮涌动、烟火升腾中,舌尖上的美味必不可少。

5月4日夜间10点,北京知名餐饮街簋街,胡大饭馆门

口坐满排队等位的顾客。

“这个假期,店里每天都都很忙,等位能从上午11点排到凌晨,日均客流量较去年提升约15%。”胡大饭馆总经理郭冬介绍说,各门店延长营业时间、加派人手,食材也按照平日增加约50%的量进行储备。

“五一”假期,商务部重点监测餐饮企业销售额同比增长7.1%。美团数据显示,假期前三天,全国餐饮堂食订单量较去年同期增长超73%,部分餐厅排队等位超过1000桌,餐饮消费依旧保持较高景气。

3 绿色低碳成为新风向

凭借灵活自由、便利舒适等优势,自驾仍是“五一”假期出行的首选交通方式。交通运输部6日发布数据显示,今年“五一”假期全社会跨区域人员流动量约13.6亿人次,比2023年同期增长2.1%,其中自驾出行量超10.7亿人次。

与此同时,绿色消费在市场结构中呈现持续上升的势头。携程租车平台“五一”期间新能源车订单量同比增长70%;飞猪的租车订单中,新能源车型占比也大幅提升,预订量同比去年增长超过50%。

“假期跟朋友约了一趟河南自驾游,除了开封、洛阳这些古城早就想去转转,还准备去许昌的胖东来打

个卡。”来自沈阳的徐先生早在4月下旬就在飞猪平台预订了一辆新能源汽车自驾游。行程自5月1日开始,从沈阳坐高铁到郑州,在郑州东站取车,5月5日返程,正好赶上高速免费。

“新能源车补能网络越来越健全了。”他说,“我们目前也考虑入手一辆新能源SUV,趁着假期正好体验一下。”

低碳先行,自带洗漱用品、减少洗涤床品次数也是当下不少年轻人入住酒店的新选择。从“五一”期间预订数据看,携程带有“低碳酒店”标签的订单同比增长51%,其中河北、安徽、福建成为“低碳酒店”订单增长前三名的省份。

4 文化消费带来新增量

电影票房突破15亿元,观影人次达3777万,热门博物馆客流持续保持高位,演艺、非遗、文化遗产等元素与旅游深度融合……这个“五一”,丰富多彩、富有内涵的文化消费亮点纷呈,和吃、住、行、购等领域的快速增长相映成趣。

步履交错间织锦掩映、鎏金翻飞……3日晚在广州市白鹅潭大湾区艺术中心举行的“2024广东非遗时尚之夜”,依托服装秀和静态展等不同形式,展现广绣、潮绣、抽纱等传统手工技艺与当代服装设计。从汕头专程前来的游客谢女士表示“不虚此行”。

从延长闭馆时间到举办诗词对答活动,从创作歌舞剧到推出特色文创产品,假日期间,各大文博场馆、历史文化景区把握文化消

费带来的新增量,结合自身情况创意策划、升级服务,让观众在历史文化长河中自由徜徉。

天津博物馆与天津芭蕾舞团首次跨界合作,呈现文物与艺术的美妙融合;湖北省博物馆首次展出睡虎地秦墓出土的竹简主人“喜”3D复原头像;成都武侯祠博物馆推出典雅团扇、别致茶具等三国主题特色文创产品……

“人气”“文气”“烟火气”点亮了“五一”文旅消费市场。中国传媒大学文化产业管理学院副院长刘江红表示,各地融合文化创意巧思,打造的消费新场景、新空间丰富了游客的节日体验和精神享受,也将助推经济向“新”而行。

新华社北京5月6日电

