

文旅消费升温 市场活力释放

——2024年中秋假期盘点

丹桂飘香,明月皎皎,又是一年中秋节。

车站机场熙熙攘攘,热门景点人头攒动,影院剧场座无虚席……今年中秋假期,国内1.07亿人次出游、出游总花费510.47亿元,“人潮”带动“人气”,汇成一幅流动中国的优美长卷,折射中国经济稳中有进的发展态势。

传统民俗活动推陈出新

9月15日晚6点,北京园博园三号门广场,以“月映雅乐中秋情”为主题的民俗演出在现场观众热烈的掌声中开场。民乐打击乐《龙腾虎跃》鼓点铿锵,一曲奏罢,观众仍沉浸在旋律之中。

投壶下棋、国风表演……同日晚,正在重庆市梁平区举行的“双桂揽月·只此中秋”游园会,吸引不少市民参加。“我和朋友专门穿着汉服来体验游园会,还亲手制作了漆扇。”市民陈女士说。

中秋佳节,全国多地立足传统民俗、创新文化场景,推出了丰富多样的文化活动,更好满足消费者需求。

在浙江永康方岩风景名胜区内举行的方岩庙会上,村民们身着传统服装,手举大旗,交叉跳阵,长棍独练、短棍对拆等武技表演精彩纷呈;

在黑龙江哈尔滨冰雪大世界,游客与化身“嫦娥”的巡游演员对诗,成功者可免费获得一盏古风灯笼;

在江苏扬州,夜色中,瘦西湖上的古桥、古建筑被灯光点亮。岸边,古风游戏、诗词互动等沉浸式体验活动,让市民与中式美学来一场月下邂逅……

出行数据显示,灯会游园需求旺盛。根据滴滴出行数据,中秋假期,北京园博园、昆明大观公园、广州文化公园举办了中秋灯会,打车需求相

比端午假期分别上涨340%、155%和82%。河南开封万岁山武侠城景区举办中秋专场音乐会,打车需求上涨152%。

中国人民大学公共管理学院教授许光建说,各地以共度中秋佳节为契机,深入挖掘诗词歌赋、礼仪风俗中的文化内涵,积极打造文化新产品、新业态,推动了中华优秀传统文化创造性转化、创新性发展。

消费更趋理性和个性化

今年中秋假期,国内消费市场继续彰显活力。

商务部有关监测数据显示,假期3天,全国重点监测餐饮企业销售额同比增长6.5%,重点监测企业绿色有机食品、通讯器材销售额同比分别增长18.1%和5.7%;全国实物商品网上零售额同比增长8.9%。

中秋寻古,吃月饼是必不可少的一环。今年月饼市场兴起了“简约风”,不少礼盒包装层数不超过三层。月饼在分量上也进行了“瘦身”,小包装、迷你月饼成为市场新宠。

“散装的小月饼很实惠,口味和数量可以自由搭配,价格也合适。”在安徽滁州一家大型超市,前来购买月饼的李先生说。

商务部研究院副研究员庞超然说,消费者逐渐从过去的盲目追求奢华,转变为更加注重品质和口味,月饼这一传统节日食品正回归其文化内涵和本质意义。

消费市场更趋理性和个性化。美团数据显示,中秋假期,“中秋”“团圆”主题餐饮团购订单量较去年同期增长超5倍,餐饮堂食增长近20%;休闲露营订单量同比增长312%,DIY手

工坊订单量同比增长136.8%。京东数据显示,低糖月饼备受青睐,比如低糖五仁月饼成交额同比增长45%;性价比较高的白酒受到消费者追捧,在调研中更多消费者选择单价在100至300元的白酒。

“节假日消费是观察经济活力的一扇窗口。中秋假期,理性和个性化消费趋势明显,表明我国经济结构持续优化,逐渐形成需求牵引供给、供给创造需求的更高水平动态平衡。”庞超然说。

文旅融合、短途游成主流

中秋节期间,在位于宁夏中卫的沙坡头旅游景区,连绵的沙丘、壮美的黄河吸引着众多游客纷至沓来。来自四川成都的崔璐陪同父母在沙坡头体验了骑骆驼、大漠飞天等项目,“和家人在这里感受大漠风情,体验中国传统文化,很是难忘。”

旅游市场持续火热。据文化和旅游部数据中心测算,中秋节假期,全国国内出游1.07亿人次,按可比口径较2019年同期增长6.3%;国内游客出游总花费510.47亿元,较2019年同期增长8.0%。

文旅融合是突出亮点。飞猪数据显示,中秋假期,赏月游、赏灯游的搜索热度同比分别增长61%、267%,北京园博园“京彩灯会”、成都武侯祠拜月祈福仪式等主题活动成为中秋假期赏月游、赏灯游热门景点。

“微度假”短途游成假日主流。记者梳理发现,今年中秋假期呈现以中短距离游为主的特点,在市内及周边的“微度假”备受欢迎。携程数据显示,中秋假期,同省酒店预订占比超50%。

出境游延续较高增长态势。飞猪数据显示,中秋假期出境游预订量在端午基础上继续增长,境外门票、

境外当地玩乐、国际邮轮预订量环比端午假期均保持两位数增速。

“重视文化体验和个性化服务是今年中秋旅游市场的突出特点。欣欣向荣的假日旅游市场,彰显着中国经济发展的新活力。”许光建说。

文化市场火热向好

中秋假期,电影市场供给丰富。根据国家电影局统计,中秋档(9月15日至17日)全国电影票房为3.89亿元,观影人次为957万,国产影片票房为3.32亿元,占比为85.35%,《流浪地球2(3D版)》《野孩子》《出走的决心》等影片类型多样。

“文博游”热度持续升温。中秋佳节,全国各地博物馆纷纷“上新”各自展陈:重庆巴渝民俗博物馆举办“梦回古今——博物馆中秋之夜”主题游园活动,通过古今交融的陈列展览、非遗展演和民俗消费体验,让市民和游客沉浸式体验古人夜游场景;在长沙简牍博物馆,孩子们身穿汉服,在“古代书房”沉浸式感受古人读书氛围;杭州博物馆邀请游客在中秋之夜亲手制作莲花灯。

携程数据显示,中秋假期,各地博物馆门票订单量较端午假期增长15%。美团数据显示,湖北省博物馆、陕西历史博物馆秦汉馆等成为假期热门打卡地。

以深度体验传统文化为主的“新中式”消费火热。美团数据显示,中秋假期,茶馆“新中式”主题套餐订单量同比增长550%，“非遗手工”搜索量同比增长373%，“国宾馆”搜索量环比上涨11%。

“总体来看,这个中秋假期,文化活动多样、民俗体验丰富,消费市场活力足、人气旺,假日经济正焕发新的活力。”庞超然说。

新华社北京9月18日电

中秋假期出行人数超6.2亿人次

新华社北京9月18日电(记者叶昊鸣)记者18日从交通运输部了解到,今年中秋节假期(9月15日至17日),全社会跨区域人员流动量62956.4万人次,日均20985.4万人次,比2023年同期日均增长31.1%。

具体来看,铁路客运量4257.3万人次,日均1419.1万人次;水路客运量198.1万人次,日均66万人次;民航客运量506.9万人次,日均169万人次。

公路跨区域人员流动量(包括高速公路及普通国道省道非营业性小客车人员出行量、公路营业性客运量)57994万人次,日均19331.3万人次。其中高速公路及普通国道省道非营业性小客车人员出行量47549万人次,日均15849.7万人次;公路营业性客运量10445万人次,日均3481.7万人次。



醉美红海滩

这是9月11日拍摄的辽宁省盘锦市红海滩国家风景廊道景区的红海滩(无人机照片)。

9月,行驶在中国最北海岸线旁的228国道上,一片“红色海滩”呈现在眼前。每到秋季,在渤海湾东北部,有一片被红色覆盖的海岸线,沙与土、盐与碱,在这里有机结合。特殊的环境所孕育出的碱蓬草,盖满整个滩涂,4月长出地面,初为嫩红,渐次转深。

这块由大片碱蓬草组成的湿地,被列入《中国国家地理》杂志评出的“中国最美沼泽湿地”之一。

新华社发