



# 出游热 消费旺 年味浓

## ——2024年春节假期盘点

多地景区门票售罄,庙会大集人潮涌动,热门餐厅排起长龙,电影票房刷新纪录……刚刚结束的春节长假,国内旅游出游4.74亿人次,总花费6326.87亿元,春节档票房突破80亿元。鲜活滚烫的数字背后,是热闹红火的消费场景,是“欢欢喜喜过大年”的幸福图景,也折射出中国经济的活力。

### 累计近23亿人次出行

2024年综合运输春运工作专班的数据显示,今年春节假期(2月10日至17日),全社会跨区域人员流动量累计22.93亿人次。

具体来看,铁路客运量9946万人次;公路人员流动量21.66亿人次,其中高速公路及普通国道非营业性小客车人员出行量19.80亿人次,公路营业性客运量1.86亿人次;水路客运量941万人次;民航客运量1799万人次。

在河南,定制客运解决了人们出行“最后一公里”的难题。为满足春运出行个性化需求,河南省交通运输服务部门鼓励客运企业在现有开行班次基础上,开展定制客运服务,加大运力投入,实现“门对门”“点对点”一站式服务。目前,豫州行定制客运已覆盖河南全省,累计开通定制客运线路230条,定制车辆将近1700台。

不少人选择春节自驾,各地强化服务保障。吉林省交通运输服务部门在京哈高速公路主线德惠、陶赖昭等服务区临时增配移动充电车辆,为服务区附近的新能源汽车进行应急充电。“车给车充电我是第一次用,操作挺方便的,再也不怕没开到服务区就电量低了,心里踏实不少。”车主李先生说。

针对春节期间的出行高峰,各地各部门统筹做好雨雪冰冻、大雾等恶劣天气应对准备,通过加大重点时段、热门航线运力储备和供给,加开车次等服务保障好出行需求,

同时加强出行信息引导。

### 旅游成为“新年俗”,多个景区“人从众”

经文化和旅游部数据中心测算,春节假期8天全国国内旅游出游4.74亿人次,同比增长34.3%,按可比口径较2019年同期增长19.0%;国内游客出游总花费6326.87亿元,同比增长47.3%,按可比口径较2019年同期增长7.7%;出境旅游约683万人次,其中出境旅游约360万人次,入境旅游约323万人次。

文化和旅游部相关负责人表示,2024年春节假期,受政策、供给、宣传等多种利好因素影响,城乡居民出游意愿高涨,出游人次和出游总花费等多项指标创历史新高,文化和旅游市场安全繁荣有序。

——国内游“南北互动”。在哈尔滨、长春、沈阳等地感受冰雪,去三亚、海口、广州等地温暖避寒。相关平台数据显示,春节假期,跨省游订单占比57%,同比去年翻倍增长,“冰雪游”“避寒游”最为火爆;“古都游”也备受青睐,预订量同比增长115%。

“我专门换上汉服来看秦淮灯会,莲花灯、生肖灯笼都好震撼。”河南游客小陈大年初二和爸妈来到南京,开启古都“穿越”之旅。

——定制需求增多。今年春节假期,高品质文旅产品需求更旺盛,自由、个性化的定制游显著增长。携程数据显示,定制游订单同比增长超5倍,西安、丽江、闽中等地区的年味主题定制线路今年春节订单同比增长超10倍。

此外,出境旅游复苏加快。飞猪数据显示,出境游热门目的地正由“4小时飞行圈”向“12小时飞行圈”拓展,过半热门海外目的地订单超过2019年同期。

“今年春节旅游市场消费规模

呈现旺盛活力,各地旅游需求延续强劲增长势头。”北京第二外国语学院首都文化和旅游发展研究院执行院长厉新建认为,多样旅游产品叠加传统节日体验,打造出“开开心心旅游去,欢欢喜喜过大年”的浓厚氛围。

### 线上线下火热,消费潜力进一步激活

“忙得脚不沾地。”成都吼堂老火锅的一位店长感慨。春节假期,她所在的门店平均每天翻台九到十轮以上,美团平台上排队等位上千桌。

连日来,各地餐饮门店“热气腾腾”,餐厅门前排起长龙,不断刷新叫号提示。美团、大众点评数据显示,春节假期前5天,全国多人堂食套餐订单量较去年增长161%。

据商务部商务大数据监测,春节期间,全国重点零售和餐饮企业销售额同比增长8.5%,绿色有机食品、金银珠宝销售额同比增长20%左右;重点监测大型连锁超市即时零售销售额同比增长近10%,重点监测餐饮企业销售额同比增长17%。

重庆新世纪百货推出集平台补贴、商家折扣等多重优惠为一体的“潮聚中国年”主题促销活动;在安徽,老凤祥银楼上百家门店春节期间在美团直播间派送优惠福利;KTV里吃火锅、足疗店里看电影、游戏厅里抓娃娃,传统年味与多元业态结合,夜游、夜展、夜食、夜购、夜演等夜间消费业态不断升温。

“新潮”是消费关键词——马面裙、新中式等服饰成为爆款,车厘子、帝王蟹等更多进口“洋味道”出现在年夜饭中,洗碗机等智能产品销售快速增长。春节叠叠情人节,京东数据显示,近期鲜花包裹寄递量较此前上涨3倍。

国务院发展研究中心市场经济

研究所研究员陈丽芬认为,各地促消费重点聚焦具有消费增长潜力的传统大宗消费和新型消费领域,同时依托本地特色优势,打造出多元化消费场景、多层次消费体验。

### “文化大餐”精彩纷呈

春节档电影票房突破80亿元,各大博物馆一票难求,非遗民俗表演现场人头攒动……主题多样、精彩纷呈的文化活动,丰富了年味浓郁的春节假期。

根据国家电影局初步统计,2024年春节假期全国电影票房为80.16亿元,观影人次为1.63亿,相比2023年春节假期票房和人次分别增长了18.47%和26.36%,均创造同档期新纪录。

中国艺术研究院教授支那娜认为,《热辣滚烫》《飞驰人生2》《第二十条》等影片聚焦现实题材,呼应受众期待,让观众在龙年伊始充分感受到快乐、感动和正能量,推动票房持续走高。

灯塔专业版数据分析师陈晋介绍,今年三四线城市票房份额较去年显著提升,家庭观众数量增长明显。沈阳市民杨荣文全家一起观看了《飞驰人生2》,“电影很好看,回来路上我们还在讨论,春节看电影已经成为了习惯”。

观展览、看文物、赏民俗,全国各地“博物馆过大年”活动如火如荼。在江西省博物馆看“御窑归来”主题特展,在广东博物馆寻祥龙、印花画、拓纹饰、集印章,甘肃简牍博物馆联动洞窟沉浸式体验剧《乐动敦煌》再现丝路重镇2000多年前的模样……

大街小巷张灯结彩,特色庙会、展演好戏连台,各具特色的地方文化与年味创新融合,欢声笑语中寄托着人们对美好生活的期待。

(新华社北京2月18日电 记者 宋佳 叶昊鸣 徐壮 谢希瑶 王鹏 崔翰超)

# 超4亿人次出游 春节文旅市场繁荣有序

新华社北京2月18日电(记者 徐壮)2024年春节假期,文化和旅游市场安全繁荣有序,市场活力和消费潜力持续迸发。据文化和旅游部统计,全国举办“村晚”、戏曲进乡村、新年画活动、图书馆里过大年等群众文化活动约15万场,线上线下约6.69亿人次参与。全国国内旅游出游4.74亿人次,同比增长34.3%,按可比口径较2019年同期增长19.0%;国内游客出游总花费6326.87亿元,同比增长47.3%,按可比口径较2019年同期增长7.7%。

春节假期,全国营业性演出场次1.63万场,同比增长52.10%;票房收入7.78亿元,同比增长80.09%;观演人数657.65万人次,同比增长77.71%。受政策、供给、推介等多种利好因素影响,城乡居民出游意愿高涨,出游人次和出游总花费等多项指标创历史新高。

春节期间,文化和旅游部组织开展“欢欢喜喜过大年”2024年春节主题文化和旅游活动,各类文艺演出和公共文化活动广泛开展,为人民群众送上丰富多彩的新春年礼。

旅游方面,“南北互换、东西互跨”特征显著。广东、四川、广西、湖南、贵州等南方目的地热度高;黑龙江、吉林、新疆、辽宁、内蒙古等地丰富冰雪旅游消费新方式,受到游客青睐。

在互免签证、通关便利和航线恢复等利好政策推动下,出入境旅游加速恢复发展。春节假期出入境旅游约683万人次,其中出境旅游约360万人次,入境旅游约323万人次。

国家级夜间文化和旅游消费集聚区人气旺、消费热。春节期间,已纳入监测范围的集聚区累计夜间客流量9851.21万人次,同比增长58.31%。

# 我国2024年非常规水利用量预计将超过180亿立方米

新华社北京2月18日电 水利部近日发布2024年水利系统节约用水工作要点,力争非常规水年利用量超过180亿立方米,地级及以上缺水城市再生水利用率达到24%以上。

水利部全国节约用水办公室相关负责人表示,2024年开展非常规水利用提升行动。强化非常规水配置管理和利用,积极协调有关部门联合开展重点城市再生水利用行动。

再生水等非常规水源是常规水资源的重要补充。开发利用再生水等非常规水源,可增加水源供给,减少污水排放、提高用水效率,对缓解我国水资源供需矛盾有重要作用。

根据2024年水利系统节约用水工作要点,严格总量强度双控管理,全面实施国家节水行动。2024年预期目标是:全国万元国内生产总值用水量、万元工业增加值用水量比2020年下降13%,农田灌溉水有效利用系数进一步提升。

# 春节期间我国日均网络支付交易1.25万亿元

新华社北京2月18日电(记者 吴雨)记者18日从中国人民银行获悉,2024年春节从除夕到大年初八,网联清算公司和银联网络支付交易26.3亿笔,金额1.25万亿元,相比去年春节期间,日均分别增长18.6%和8.0%。

中国人民银行的显示,除夕至大年初八,网联清算公司和银联处理的全行业网络支付交易持续增长。其中,餐饮、住宿、旅游、零售、影视娱乐等消费场景尤其受到青睐,交易金额和笔数同比增长明显。

# 春节假期全社会跨区域人员流动量累计达22.93亿人次

新华社北京2月18日电(记者 叶昊鸣)记者18日从2024年综合运输春运工作专班获悉,2月10日至17日(农历正月初一至初八,春节假期),全社会跨区域人员流动量累计22.93亿人次。

具体来看,铁路客运量9946万人次;公路人员流动量216655万人次,其中高速公路及普通国道非营业性小客车人员出行量198029万人次,公路营业性客运量18626万人次;水路客运量941万人次;民航客运量1799万人次。

18日,2024年综合运输春运工作专班也发布了17日(春运第23天,农历正月初八)的出行数据,全社会跨区域人员流动量约30828万人次,比2023年同期增长52.4%。其中,铁路客运量1606.7万人次,比2023年同期增

长37.6%;公路人员流动量28872万人次,比2023年同期增长53.5%;水路客运量119.1万人次,比2023年同期增长46.1%;民航客运量230.7万人次,比2023年同期增长38.9%。

据气象部门预测,2月17日至22日,受新一轮寒潮天气影响,我国中东部地区将有剧烈降温和大范围雨雪天气。针对本轮寒潮天气防范应对工作,交通运输部对新疆、山西、山东、河南、湖北、湖南、贵州、陕西8个预计受寒潮大风影响较重的省份逐一进行调度部署,要求全力做好寒潮天气防范应对、春运服务保障、安全生产、保通保畅等工作,切实做好恶劣天气预报预警和防范应对工作,切实加强重大风险防范和安全监管,确保人民群众平安便捷温馨出行,确保重点物资运输高效顺畅。

# 春节假期全国投递快递包裹超6.41亿件

新华社北京2月18日电(记者 戴小河)国家邮政局监测数据显示,今年春节长假期间(2月10日至17日),全国快递业投递快递包裹6.41亿件,日均投递量与2023年春节假期相比增长82.1%。

一份份寄往老家的礼品,寄托了游子的牵挂和乡愁;一件件从故乡寄来的年货,承载了亲情的思念和祝福。互寄年货已成为人们欢度新春的方式。数据显示,自春运开始以来(1月26日至2月17日),全国快递业揽收快递包裹56.55亿件,较2023年春运同期增长30.8%;投递快递包裹

59.94亿件,较2023年春运同期增长21%。

国家邮政局邮政业安全中心数据管理处副处长许良锋说,今年春节期间,特色产品和节庆寄递需求旺盛,农产品继续保持增长态势。邮政管理部门统筹做好春节期间安全生产和寄递服务保障工作。各寄递企业克服低温雨雪天气带来的不利影响,健全完善工作预案,加强人员、运力与物资储备,切实保障在岗快递员合法权益,全力提升年货寄递服务能力。数百万快递员坚守岗位,穿梭在城乡之间,守护着春节寄递工作。

# 国产大型客机C919在新加坡进行预演飞行

2月18日,中国国产大型客机C919在新加坡航展开幕前进行预演飞行。

(新华社发 邓智坤摄影)



# 春节期间全国社会治安秩序良好

## 5108场大型活动安全顺利举行

新华社北京2月18日电(记者 熊丰)记者18日从公安部获悉,截至2月17日17时,全国社会大局稳定、治安秩序良好,刑事治安警情同比下降,5108场大型活动和588场大型焰火燃放活动安全顺利,旅游景区秩序井然,全国道路交通总体平稳有序,未发生重大道路交通事故。

公安部高频度调度指挥安保维稳措施落实,各地公安机关广大

民警辅警持续奋战在安保维稳一线。节日期间,各地公安机关日均投入警力103万人次,组织群防群治力量311万人次,全面强化城市广场、车站码头、繁华街区等重点区域和人员密集场所巡逻防控,加大对突出违法犯罪打击整治力度。

节日期间,各地公安机关密切与文旅等部门协作配合,加强景区安全隐患排查和治安秩序维护,出动警力59.3万人次,处置各类涉旅

纠纷5790起,服务救助游客4.6万人次。针对迎新祈福、庙会灯会、民俗文化等大型活动密集举办情况,各地公安机关严格审批监管,督促主办方提前制定方案预案,全面排查整改安全隐患,并部署充足警力加强秩序维护和应急处置等工作。

针对春节假期出行量屡创新高,公安部针对性加强调度指导,各地公安交管部门日均出动警力18.1万人次、警车6.2万辆次,加强

城市周边、主干高速公路等重点道路疏导管控,严管重点车辆,严查“三超一疲劳”、酒驾醉驾等交通违法行为,做好恶劣天气交通应急管理。铁路、民航公安机关狠抓各项运输安全和安保维稳措施落实,确保铁路和民航旅客平安出行。移民管理部门科学组织勤务,严格口岸查控和边境管控,确保全国口岸通关高效顺畅、边境地区安全稳定。

# 超80亿元,春节档电影市场如何“红红火火”?

龙年春节,迎来了我国电影市场的又一次龙腾虎跃。

国家电影局发布的数据显示,2024年春节档电影票房达80.16亿元。这是我国春节档电影票房首次突破80亿元,创造了该档期新的票房纪录。

人们竞相走进电影院,看《热辣滚烫》中贾玲瘦了100斤,看《飞驰人生2》精彩的赛车场面,看《第二十条》展现人民群众对公平正义的期待,看“熊出没”这一动画IP如何经久不衰……

今年春节档为何如此火爆?从时间上看,今年春节档更长

年初一上映,在初六迎来收尾。今年由于假期安排的缘故,春节档得以延续到大年初八。这就使得今年的春节档实际较往年足足多出了两天时间。

从内容上看,“喜剧+动画”成为今年春节档主流,影片质量整体较高。这类题材高度契合春节期间“合家欢”的观影氛围,影片口碑得以在春节期间持续发酵,吸引更多观众走进影院。

银幕上,人们透过电影镜头语言,领略社会万象,感悟人生百态。相比以往,今年春节档缺少了诸如《流浪地球2》《长津湖之水门桥》《刺杀小说家》等场面恢宏、工业

化程度高的“大片”。创作者们深入生活,不约而同把触角伸向平凡人的喜怒哀乐,塑造了寻找自我的杜乐莹、追逐梦想的赛车手张驰、迎难而上的检察官韩明等诸多精彩的普通人形象,令人印象深刻。

走出影院,热度不减。“只要想开始一切都来得及,战胜自己就是赢”“通过底层小人物身上百折千回的遭遇,宣扬公平正义的法律精神”“直面恐惧和失败,与自己和解”……对于电影的讨论延伸到网络,观众一字一句表达着自己对影片内容的理解和共鸣。

有关专家分析表示,今年春节档走势印证,电影创作要始终回应人

民期待,尊重市场规律。只有投入精诚的创作态度,创作精良的作品内容,才能促使更多观众走进影院。

在春节档票房的带动下,截至目前,我国2024年电影总票房已突破110亿元。与此同时,一批题材多样、类型各异的影片已宣布将在三、四月上映,更有“五一档”“暑期档”“国庆档”等多个热门档期虚位以待。

从春节档开始新的出发,我们期待越来越多的电影创作者用镜头记录万千气象,推动我国电影市场持续复苏向好,为我国从电影大国迈向电影强国提供助力。(新华社北京2月18日电 记者 王鹏)

**遗失声明** 联系电话:8171206 3186726 18563092198(微信)

山东博林装饰工程有限公司丢失建设领域保证金专用进账单(回单)1张,开户银行:兴业银行股份有限公司东营分行,日期:2021年9月22日,金额:30000元,项目名称:兽药分装加工项目1#仓库、2#厂房,特此声明。