

时评

春节旅游年味浓 文化绽放新光彩

□ 特约评论员 马振涛

作为申遗成功后的首个中国年,春节实现了全球共享、文明互鉴,彰显了政通人和、国泰民安、开放包容的底蕴气质,谱写了传承弘扬中华优秀传统文化的华彩乐章

今年春节假期,年味浓、人气足、旅游热、消费旺,神州内外同庆,大江南北共享,见证了消费与文化、传承与创新、民族与世界的交融互动;文旅消费热潮涌动、活力迸发;民俗活动传承创新、精彩纷呈;作为申遗成功后的首个中国年,春节实现了全球共享、文明互鉴,彰显了政通人和、国泰民安、开放包容的底蕴气质,谱写了传承弘扬中华优秀传统文化的华彩乐章。

一是体现在消费繁荣与文化体验方面:旅游成为新年俗。春节假期,国内消费市场红火,旅游消费更是热潮涌动。长达8天的假期,充分激发了民众出游意愿,分段式出游模式盛行,回乡过年、出境度假两不误;非遗体验、冰雪游、避寒游、出境游多点开花,亮点纷呈;三代同游、亲子游、家庭出游更加普遍;多样化、个性化、品质化趋势明显,并呈现了出行体验深度化、参与人群年轻化、文旅融合价值溢出效应更高等特点,强劲的旅游消费有望为2025年经济增长奠定坚实基础。

春节假期,各地围绕非遗主题,以当地人文风俗、文化体验为核心,积极设计旅游线路,推出旅游新产品。去大理学扎染、到凤翔学木版年画、去自贡看花灯、去河南听豫剧……越来越多的人在假日里深度体验非遗年

俗,“文化基因解码—现代演绎—商业转化”链条逐渐形成,助力传统文化从“遗产”到“资产”的价值提升。春节假期,国内出游规模等数据再创新高,折射出的不仅是消费能力的提升,更是文化自信的升华,也表明春节消费已从简单的物质满足升华为精神家园的追求。

二是体现在民俗传承与文化创新方面:出游有了新玩法。春节作为中华民族最重要的传统节日,承载着数千年的历史沉淀和丰富的文化内涵。春节假期,各地竞相推出丰富多彩的文旅活动,贴春联、逛庙会、看花灯、赶大集、赏非遗、北京庙会、潮汕英歌舞、广东醒狮、自贡灯会、贺山鱼灯、腾冲皮影戏……游客在欣赏美景的同时,深入体验中华优秀传统文化的独特魅力。

此外,借助现代科技手段,传统文化不仅保留了独特的魅力与价值,还以更生动、形象的方式呈现在世人面前。在哈尔滨中央大街,游客手持AR设备解码百年建筑的历史基因;在景德镇陶溪川,年轻人通过沉浸式制陶感受千年窑火的温度;在泉州蟳埔村,簪花围体验每天平均接待量突破万人次。各地推出“非遗大集”“非遗年货”等创新产品,以新的渠道和方式吸引年轻人参与,让古老的年俗焕发出新的活力。

三是体现在全球图景与中国叙事方面:中国年更是世界年。春节是中国的,也是世界的。以申遗成功为首个中国春节为契机,如何汇聚更多力量,聚焦优秀传统文化传承创新,更好构筑中国精神、中国价值、中国力量,正成为新的时代课题。

春节申遗成功为全球推广春节文化、增强文化认同感和自豪感注入了强大动力。春节期间,全球多地举办了丰富多彩的庆祝活动。日本东京塔、英国伦敦特拉法加广场、美国纽约帝国大厦、迪拜哈利法塔等标志性建筑纷纷亮起中国红,春节民俗活动更是走进全球近200个国家和地区。从美国纽约大都会博物馆的生肖特展,到韩国首尔明洞街头舞动的中国龙,再到巴西里约热内卢海滩绽放的电子烟花,跨越上百个国家的春节狂欢,成为文明互鉴的新的实现方式。

在240小时过境免签政策以及“免签朋友圈”持续扩容带动下,入境旅游成为春节假日旅游市场的一大亮点。某平台数据显示,今年春节假期入境游订单同比增长超200%,其中韩国入境游订单量同比增长452%,充分展现了中国文化的强大吸引力。出境旅游方面,中国游客出境游订单较去年同期呈现两位数增长,海外租车和门票订单涨幅更是超过七成。同时,中国春节文化输出模式已从单向传播

转向双向赋能:新加坡“春到河畔”活动引入《白蛇传》主题彩灯展,日本浅草寺签发文新增生肖运势解读,德国人凌晨排队抢购中国烟花,这些文化元素的创造性转化让“过中国年”成为全球文旅新IP。

春节假期的这些积极变化,体现了我国传承发展优秀传统文化工作的卓越成效。中共中央办公厅、国务院办公厅2017年印发的《关于实施中华优秀传统文化传承发展工程的意见》,从国家层面明确传承、弘扬中华优秀传统文化的宏伟目标。文化和旅游部实施的“文化数字化”战略催生故宫数字宫灯、敦煌元宇宙等标杆项目。作为乡村振兴的重要内容之一,“乡村文化振兴”孕育出黄河大集、苗年盛会等特色品牌。RCEP框架下的文化贸易,则让春节文化产品畅行东盟市场,这些政策的实施正在将文化传承转化为高质量发展的新动能。

虽然融合消费与文化、传承与创新、民族与世界的春节假期已经结束了,但是众多可喜的变化表明,春节已经超越传统节日的范畴,正在演变为一场关系经济活力、文明传承与国家影响的宏大叙事,在传承弘扬中华优秀传统文化的持续实践中,中国人民正迈着更加自信的步伐,走向世界,走向未来。

合理、非常充实。

“分段式过年”不仅可以让人们更好兼顾春节团圆和假日出游,也能够让大家在一个假期里完成多次出游,体验到不同的目的地和不同类型的度假产品。在“分段式过年”的格局下,春节形成了长途游、短期休闲、城市内外度假的一个全新文旅方式和窗口期。

将假期分段出行可以让许多人在多地之间快速频繁“转场”。数据显示,在包括春节假期在内的前后加起来11天内,购买多张机票的旅客同比增长了五成。“分段式过年”对于促进旅游消费具有积极意义,有利于民众错峰出游,提升旅游体验。旅游业则顺势而上,不断丰富业态和产品供给,更好满足人们的假日旅游需求。

从“千山万水回家过年”到如今的“团圆之后,说走就走”,“分段式过年”正在进一步推动人们的跨区域流动。年味历久弥新,是传统文化的接续传承;年俗与时俱进,是经济社会的变迁跃升。“分段式过年”体现了古老传统与现代蓬勃活力的交融,勾勒出一幅独具特色的新春图景。

观察

多维度协同发力 培育文旅消费新增长点

□ 宋洋洋

《关于进一步培育新增长点繁荣文化和旅游消费的若干措施》的出台,有利于从供需两端发力,更好满足人民美好生活新期待,进一步繁荣文化和旅游消费,推进文化旅游业高质量发展

前不久,国务院办公厅印发《关于进一步培育新增长点繁荣文化和旅游消费的若干措施》(以下简称《若干措施》),围绕培育文化和旅游消费新增长点,提出丰富消费惠民举措,满足不同年龄群体消费需求,扩大特色优质产品供给,培育消费场景,创新产业政策,优化消费环境等多方面支持措施。

当前,文化和旅游消费已成为服务消费的重要领域。文化和旅游部前不久发布的2024年度国内旅游数据报告显示,2024年,国内出游人次56.15亿,比上年同期增加7.24亿,同比增长14.8%;国内游客出游总花费5.75万亿元,比上年增加0.84万亿元,同比增长17.1%。与此同时,文化旅游业保持稳健增长,旅游市场热点频出,以演出市场为代表的文化娱乐消费增长明显。在此背景下,《若干措施》的出台,有利于从供需两端发力,更好满足人民美好生活新期待,进一步繁荣文化和旅游消费,推进文化旅游业高质量发展。

一是通过丰富消费惠民举措实现消费新增长。《若干措施》提出,举办系列文旅促消费活动,实施消费惠民让利行动,拓展公共机构服务供给。通过举办丰富的文化旅游惠民乐民活动,让文化旅游业发展成果更加普及、更加普惠,为大众提供“触手可及”的文化和旅游消费活动,常态化延伸消费惠民成效,提升“平日经济”活跃度,增强人民群众的获得感、幸福感。通过非遗展示展演展销、欢乐冰雪旅游季开展等,扩大文旅消费覆盖面,以“文化+”形式盘活公共文化服务资源,拓展公共文化机构服务供给,进而更好培育居民文化消费习惯,形成政府、市场、社会共同参与的公共文化服务格局,提升民生福祉。

二是通过满足不同年龄群体消费需求实现消费新增长。随着文化旅游业发展进入新阶段,消费市场变得碎片化、多元化和非稳定化,文旅消费市场转向多元,消费需求由单一型向复合型转变,文旅消费群体更加细分,这意味着传统的均质化和稳定化市场正在向更加个性化和定制化的服务需求转变。这种转变要求文化旅游业在产品和服务的设计上更加注重各个群体独特的消费偏好与需求,深入了解各个细分市场,提供更加匹配的定制化文旅产品和服务。《若干措施》针对少儿、老年人、职工等

重点群体挖掘消费潜能,有利于进一步优化亲子游乐服务、创新发展研学旅游、提升老年人文旅服务品质、释放职工消费潜力,激发重点潜在消费群体的消费活力。

三是通过扩大特色优质产品供给和培育消费场景实现消费新增长。《若干措施》要求,一方面要扩大特色优质产品供给,重点在文化娱乐产品、特色旅游产品、时尚国潮产品等方面发力。这涵盖电子竞技、游戏游艺、手工创意、运动健身、低空飞行、国潮文创等多个领域,有利于加强文化和旅游相关领域深度融合,推动文化资源领域的深度融合,促进文化旅游业高质量发展。另一方面要着力培育消费场景,不仅要盘活提升存量空间,也要布局打造新型消费场景,还要发展夜间文旅经济。这是更好顺应消费场景变化新趋势,促进消费提质升级、更好满足人民高品质生活需求的重要路径,也是繁荣围绕当前消费热点及趋势对“Z世代”等消费主力军文旅消费诉求的具体呼应。

四是通过创新产业政策和优化消费环境实现消费新增长。在创新产业政策方面,《若干措施》提出强化财政金融支持,有助于扩大有效投资,为文化旅游业发展提供资金支持,增强企业抗风险能力,促进文旅项目健康发展。在优化消费环境方面,《若干措施》提出提升公共服务水平,优化入境旅游政策,维护良好市场秩序。这对重点景区、文博场馆公共服务提出更高要求,需要对入境旅游在政策优化、产品供给、宣传推广、服务保障方面进一步完善,并强化旅游市场综合监管,整治系列违法违规行,提升应急处理能力。通过全方位部署,提升游客整体旅游体验,增强大众出行意愿,提振消费信心,推动文旅市场的良性发展,为文化旅游业可持续发展提供有力支持。

《若干措施》聚焦重点消费业态、重点消费场景、重点消费群体,以优化消费环境、改善消费条件、释放消费潜力为着力点,充分顺应居民消费需求变化,将进一步培育和壮大消费新增长点,促进消费增速增量,更好满足发展型、品质型文旅消费需求,为稳步提升文化旅游业质量与韧性、把文化旅游业培育成为支柱产业产生重要推动作用。(作者为中国人民大学创意产业技术研究院副院长、文化品牌评测技术文化和旅游部重点实验室副主任)

“分段式过年”让假期更加从容自在

□ 向秋

“分段式过年”不仅可以让人们更好兼顾春节团圆和假日出游,也能够让大家在一个假期里完成多次出游,体验到不同的目的地和不同类型的度假产品

今年春节假期,“分段式过年”更加深入人心。不少人把假期安排得满满当当,先与家人热热闹闹团聚,再出游看不一样的风景;或者先踏上旅途尽情游览,再回来与亲人团圆。

刚刚过去的春节假期,从城市到乡村,处处洋溢着浓浓的年味。而“分段式过年”尤其受到年轻人的青睐,折射出人们过年更加从容自在的心态。

春节假期扩容,让“分段式过年”成为现实。今年春节有8天假期,加上“请2休11”或“请4休13”等前提下延的灵活休假方式,使得人们可以将假期划分为多个时间段,安排不同的活动,度过一个丰富多彩的假期。

假期时间的排列组合,为“分段式过年”提供了条件和空间。比如,假期的第一阶段,是家庭团聚,共度佳节。除夕夜,一家人围坐在一起吃团圆饭,一起观看春晚,守岁到凌晨,迎接新年的到来。大年初一到初三,拜访长辈和亲友,送上新年的祝福,增进亲情和友情。第二阶段,旅游出行,放松心情。人们可以选择一个温暖的地方,比如海南、云南等,去享受阳光和温暖的气候;或者去北方体验冰雪世界,感受冬日的魅力;或者选择到周边的古镇或乡村,感受宁静的田园生活。

返乡过年、出门度假两不误是“分段式过年”最大特色。春节是团圆的

日子,是相聚的时间。中华民族自古以来就重视家庭、重视亲情,团圆是春节最重要的主题。不管远隔千山万水,不管回家的路多么千辛万苦,无论如何也要在除夕这天赶回家,全家人一起过年,享受温馨的幸福时刻。同时,春节假期是一个难得的长假期,适合外出旅游。利用春节假期,人们有的开启“味蕾游”,寻觅各地特色美食;有的体验不同地方的风土人情和文化特色,让旅游体验更加丰富和深刻;有的共赴博物馆之旅,聆听历史回响,触摸文化脉搏;有的游览名山大川、名胜古迹,拓宽视野和胸怀。“分段式过年”做到团圆与出游兼顾,许多人觉得这样的过年安排比较

声音

“因地制宜、打开思路,探索延伸冰雪产业链条,开发‘冰雪+温泉’‘冰雪+民俗’‘冰雪+研学’等新消费场景”

——在这个雪季,“北雪南移”成为我国冰雪运动产业新趋势。对此,半月谈微信公众号近日发表文章指出,南方冰雪运动起步晚,冰雪运动专业教练、技术人员和管理人才等人才稀缺,装备制造、赛事运营、旅游服务等产业链条尚未形成完整的体系。南方地区发展冰雪经济,应根据实际,合理确定发展规划,健康有序推动冰雪运动和产业高水平发展。

“‘村咖’不仅成了乡村文旅的‘流量密码’,也是链接城乡的消费新场景”

——新华网微信公众号近日发表题为《“村咖”热销,热的是向往的生活》的评论指出,“村咖”兼具城市的精致感以及田园生活的松弛感,又具有社交属性,是年轻人对冲紧张生活的“世外桃源”。一杯“村咖”,激发活力。“咖啡+景区”“咖啡+民宿”“咖啡+露营”等元素的组合,逐渐成为乡村旅游新风尚。有的地方则把“村咖”与乡村社区结合起来,“村咖”火了,各路创业者带着创意和资金涌向乡村,催生出源源不断的新活力。(本版编辑 龚立仁 整理)



“返乡过年住酒店” 折射生活观念新变化

□ 孔德淇

“返乡过年住酒店”,是时代发展的结果,承载着人们在生活品质、亲情关系、家庭观念等方面的深刻变迁,是人们对美好生活不懈追求的生动写照

近年来,“返乡过年住酒店”悄然兴起,越来越多的人选择在春节期间和家人住进县城的酒店。

今年春节假期,不少网友分享了他们返乡过年的经历,不难探寻到这一转变背后的多元因素。酒店私密、舒适的环境,让游子在一场场热闹的聚会后,得以放松心情、驱散疲惫。这一转变并非单纯的住宿地点的更换,而是一场观念的深刻变革,意味着人们在热烈拥抱亲情团聚的同时,愈发注重自身的生活品质,追求个人空间的最大化。

春节期间,与亲朋好友的聚会频繁,情感交流密集,长时间的相处难免会让人感到疲惫。此时,酒店便成了一个恰到好处的缓冲地带。在聚会之余,住在酒店的游子与家人、亲友之间保持着微妙的“距离”。这一“距离”,让人们在与亲友欢聚时,能够以更加轻松自在的姿态投入,有效避免因过度亲密而引发的摩擦与矛盾。

这一现象的背后,也映射出家庭关系在现代社会中的悄然蜕变。随着社会的多元化发展,家庭成员之间的关系愈发趋于平等与独立。“返乡过年住酒店”,正是这一变化的生动体现。这不仅展现了家庭成员之间对彼此生活方式和个人空间的尊重与包容,也反映出人们在追求家庭和谐美满的同时,更加重视个体独立性和自主性。

当然,县城基础设施的逐步完善,也为“返乡客”的这一选择提供了坚实的硬件支撑。交通愈发便捷,让人们的出行更加轻松;酒店数量不断增加,服务设施日益提升,为人们提供了丰富多样的选择。这些客观条件的改善,无疑为“返乡过年住酒店”这一现象的兴起,搭建了稳固的基石。

总之,“返乡过年住酒店”,是时代发展的结果,承载着人们在生活品质、亲情关系、家庭观念等方面的深刻变迁,是人们对美好生活不懈追求的生动写照。