

双节合一 “中国红”与“民族风”相映成景

10月1日,天安门广场,来自全国各地的30多万游客在此见证五星红旗迎着第一缕阳光冉冉升起。来自云南的姜宇带着刚上小学的儿子,专程赶来。“10年前我第一次看升旗仪式,今年是孩子第一次观看,希望他能铭记这一天。”

在沈阳,红色展览走进社区,社区居民聆听党课党史,深入了解东北人民如何在党的领导下走上奋斗发展之路;在延安,红色演艺节目吸引游客,人们在红色革命舞台剧中沉浸式体验延安精神的传承与发展;在杭州,

当中国运动健儿走上领奖台、当国歌在场馆内响起,人们的爱国情与自豪感油然而生。

中秋国庆相连,家国共融相依。这个假期,深入人心的不只有红色主题活动,与中秋、传统文化相关的“民族风”也在各地掀起热潮。

在成都,新“十二月市”开门迎客,人们着传统服饰,观唐宋历史,品味千年成都商贸繁盛、烟火气十足;在重庆,非遗民俗展精彩不断,万盛金桥吹打、酉阳土家族摆手舞等表演令人惊叹“不虚此行”;在扬州,人们通过传统仪式寄托月圆人圆的美好愿景。

人流如潮 文体旅融合趋势明显

经文化和旅游部数据中心测算,2023年中秋节、国庆节假期,全国国内旅游出游人数8.26亿人次,同比增长71.3%,按可比口径较2019年增长4.1%;实现国内旅游收入7534.3亿元,同比增长129.5%,按可比口径较2019年增长1.5%。

8天假期,让人们们的出游需求集中释放。今年的中秋、国庆假期旅游市场呈现出几大新特点。

——中长线游成主流。东方邮轮“梦想”号邮轮开启天津至韩国济州岛的首航之旅;深圳机场国际及地区客运航线通航点增加至30余个;国人在欧洲、大洋洲、南美洲等旅游国家的租车订单量明显上涨……

与前几年火热的本地游、周边游相比,今年随着人们流动加速,从跨城到跨国,出行半径显著增加。

——亚运游、小众游市场火爆。假期期间,杭州亚运会赛事火热进行,前往杭州观赛、旅游及休闲娱乐的需求进一步攀升。滴滴出

行的数据显示,今年中秋、国庆假期,杭州网约车出行需求比2022年同期上涨超50%,顺风车出行需求比2022年同期上涨超40%。

美团数据显示,今年假期不少小众城市酒店预订量较2019年增幅显著提高,林芝、万宁、汕尾、临沧等住宿订单量翻倍增长,全国服务零售日均消费规模较2019年同期增长153%。

——文体旅融合趋势明显。假日期间,上海迪士尼乐园、西安秦始皇帝陵博物院、武汉黄鹤楼等文化地标成为热门目的地;成都、长沙、重庆、广州、西安等富含“网红”文化的城市更受青睐。飞猪数据显示,近一个月“研学游”搜索热度同比2022年增长超2.6倍,“汉服旅拍”搜索热度同比2022年增长超五成。

业内人士认为,从需求侧看,随着人们生活方式和消费观念的多元化,激发游客出游的触点越来越小,一支视频、一顿美食、一次赛事、一场音乐节,都可能促成“说走就走”的旅行。

市场升温 消费潜力进一步激活

酸甜酥脆的锅包肉、营养丰富的参鸡汤……中秋、国庆假期期间,位于吉林省梅河口市的英兰朝鲜族饭店人气火热,午餐时间门前坐满排队等位的客人。

“客流达到平时的4倍以上,每天从早忙到晚。”饭店负责人李英兰说,今年以来梅河口旅游的火爆带动了餐饮消费,这个假期,饭店单日最高营业额比2019年增长了近3倍。

今年中秋、国庆假期,国内消费市场充满活力。据商务部商务大数据监测,假期前7天,全国重点监测零售和餐饮企业销售额同比增长9%;全国示范步行街客流量同比增长94.7%,36个大中城市重点商圈客流量同比增长164%。

全国各大商圈纷纷举办丰富多彩的活

动,进一步激活消费潜力——北京华熙LIVE·五棵松举办花灯巡游等活动,为消费者带来沉浸式互动体验;温州世贸银泰百货打造节日市集,并派送上万张市集消费券;上海月星环球港推出系列首发首秀活动……

假期期间,节庆礼品、绿色智能家电等商品线上线下销售火热。在京东平台,低温月饼、水果礼盒等多个品类商品销售旺盛,假期婚庆鲜花销售额同比增长超100%;苏宁易购数据显示,假期全国门店空气净化器、节能热水器销量同比增长52%和128%。

商务部新闻发言人何亚东表示,将持续组织开展各类促消费重点活动,打造更多沉浸式、体验式、互动式消费场景,促进消费持续恢复和扩大,为推动经济持续恢复向好贡献力量。

丰富多样 文化市场火热向好

战争片、动作片、喜剧片、动画片……纵观今年国庆档的电影市场,共有十余部新片上映,影片题材类型多样,有效丰富了假期文化生活。

统计数据显示,截至10月6日,2023国庆档(9月29日至10月6日)档期内总票房突破26亿元,其中《坚如磐石》票房成绩领跑。整体来看,《志愿军:雄兵出击》等以现实题材为基础的影片与《前任4:英年早婚》等喜剧片,激发观影消费动能,为电影市场的复苏向好贡献了力量。

多地群众活动和文艺演出丰富多样、精彩纷呈。文化和旅游部节前公布的40个全国旅游演艺精品项目吸引众多观众,热门项目一票难求;北京市推出各类文化活动超2000项近

万场次,其中包括1862场线下文化演出;上海歌剧院舞蹈团的舞剧《嫦娥》、西班牙塞维利亚弗拉门戈舞蹈团舞剧《卡门》等精品剧目在广州轮番上演,带给人们更多视听感官享受……

9月17日,“普洱景迈山古茶林文化景观”成为我国第57项世界遗产。假期,这一新晋世界文化遗产迎来申遗成功后的首个旅游打卡热潮,千年茶文化令游客徜徉流连。

“新业态引领文化和旅游产业提质升级。”文化和旅游部产业发展司副司长马力表示,将引导戏剧节、音乐节、艺术节、动漫节、演唱会、艺术展览、文旅展会、文体赛事等新场景有序发展,成为旅游发展新动能。

(新华社记者 叶昊鸣 王雨萧 徐壮 王鹏 王帆 许晋豫)

消费掀热潮 活力再释放

——中秋国庆假期盘点



延伸阅读

贵州黔西南布依族苗族自治州 ——

积极推进文体旅深度融合

■ 马跃峰 黄娟

远处山峰连绵起伏,近处民居相映成趣,随着幕布缓缓移开,一幅真实的“万峰山居图”映入眼帘,引来嘉宾连连惊叹。近日,2023国际山地旅游暨户外运动大会开幕式现场,各地宾朋欢聚贵州省黔西南布依族苗族自治州,共赏峰林奇景,参与体育赛事。

喀斯特峰林峰丛、峡谷溶洞、激流飞瀑等自然地貌随处可见,八音坐唱、布依刺绣、铜鼓文化等人文风情浸润人心……守着旅游资源,怎么用好?近年来,黔西南州围绕“资源、客源、服务”三大要素,以打造国际一流山地旅游目的地和国内一流度假康养目的地为目标,以赛促旅、以会带产,积极推进文化体育旅游深度融合,擦亮国际山地旅游名片。今年1至8月,黔西南州接待国内游客2971.02万人次,同比增长17.8%;实现旅游总收入281.38亿元,同比增长26.25%。

**以赛促旅 催生山地旅游新业态**

9月10日,随着一声发令枪响,2023

万峰林半程马拉松在黔西南州兴义市开跑,来自国内外的万名路跑爱好者奔跑在万峰林的万亩田园间;烟波浩渺,湖光潋滟,鱼肥水美的万峰湖吸引大量钓鱼爱好者,一年一度的中国万峰湖垂钓大奖赛已在这里连续成功举办17届。

黔西南州拥有独特的自然景观,境内遍布石沟、溶洞、伏流、涌泉、峡谷、峰林。如何持续推动绿水青山转化为金山银山?当地在加大生态保护力度的同时,打造具有山地特色的攀岩、垂钓、漂流、休闲露营等户外运动项目,举办了一系列户外运动赛事。

在重大赛事推动下,当地山地骑行、山地马拉松、山地越野、徒手攀岩、高空滑翔等新潮运动蓬勃发展,催生

“山地+避暑休闲”“山地+生态观光”“山地+户外运动”“山地+养生度假”等新业态。“黔西南州向世界展示了贵州山地旅游优势,提升了当地体育旅游的影响力和美誉度。”贵州省体育局局长吴涛说。

**以文塑旅 丰富山地旅游新内涵**

走进万峰林旁双生村,眼前出现一座古色古香的石基木楼,这就是布依八音堂。登楼、进堂,耳边忽然响起高亢的布依八音演奏声。

“旋律古朴悠扬、悦耳动听,百听不厌!”多次到这里旅游的湖北游客张清芳最喜欢八音坐唱。作为当地独具特色的民族艺术,八音坐唱是双生村“乡

愁集市”的精彩展示之一。在这里,游客可以近距离观赏布依族风谷车、大石磨,还可以亲手体验扎染、蜡染等非遗项目,带上自己参与制作的挎包、帽子、裙子回家。村庄沿街还有民宿、小吃摊、特色餐厅,提供吃、看、娱、购一体的贴心服务。

“浓郁的民族风情为黔西南州以文塑旅积淀了厚重的人文根基。”黔西南州文化体育广电旅游局局长李祖平介绍,黔西南州现有国家级非遗14项、省级非遗124项。2023国际山地旅游暨户外运动大会举办期间,与会嘉宾走进半月弯、布依八音堂、“乡愁集市”,沉浸式体验山地文化、民族文化、非遗文化等,感受文旅产业化、市场化、品牌化融合发展。

文化丰富旅游内涵,旅游赋予文化新生。布依族八音坐唱传承人韦珍说,演奏者根据迎客、送客等不同场景,可以即兴创作内容,增加与游客的互动,让独具特色的传统民族文化更加动人。

韦珍介绍,借助旅游产业发展,当地开展“民族文化进校园”“民族文化进村寨”等活动,在保护中发展、在发展中保护。

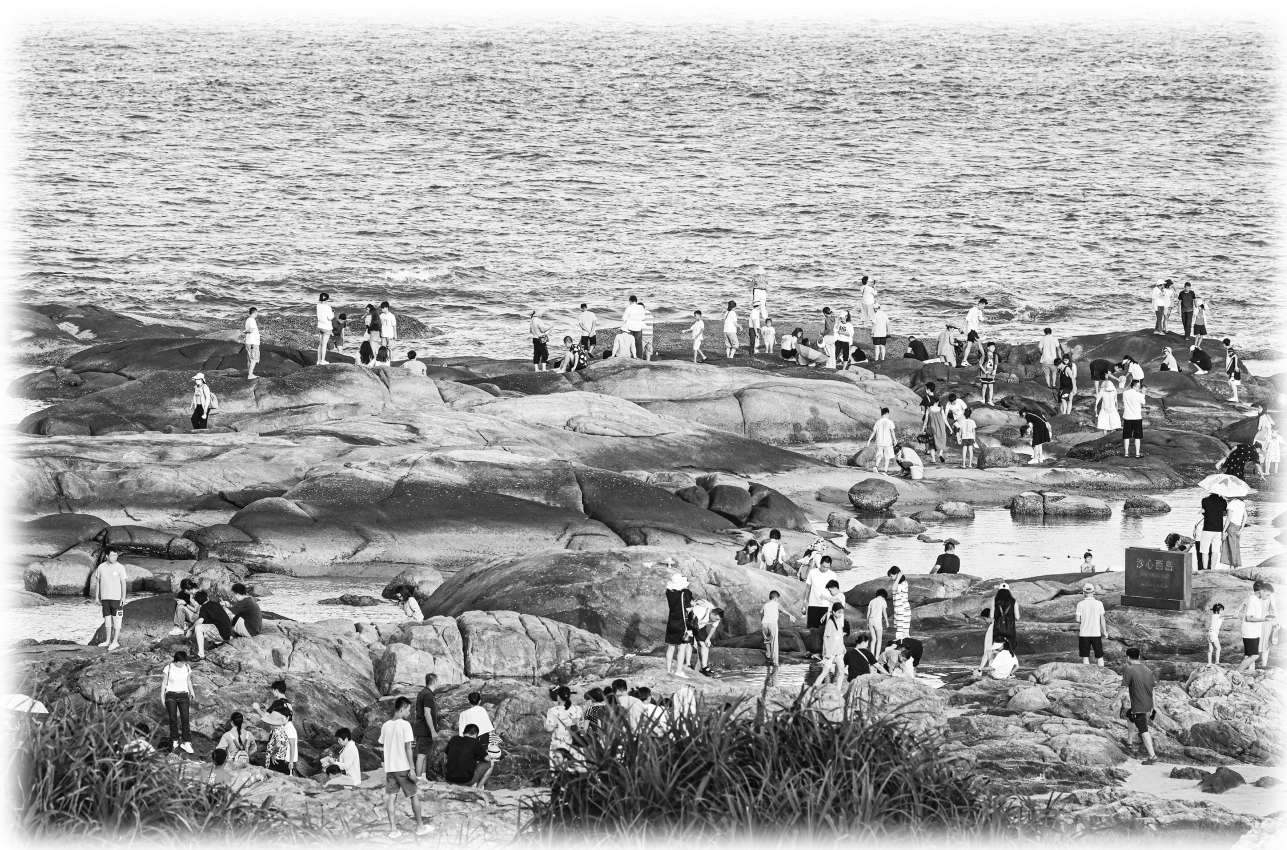
**带动就业 助力当地村民富起来**

万峰林将军桥,一条不长的“蛋炒饭街”,街上人来人往。卖蛋炒饭10余年的黄秀夫妻俩,一人翻锅炒饭、一人招呼客人。“每天能卖三四百份。”

引言

中秋国庆假期,群众假日出游意愿得到集中释放,中远程旅游实现较高增长,主要旅游目的地及热门景区消费活跃度持续高位运行。文化和旅游行业通过“旅游+”融合演艺、体育、非遗等,推出一系列活动和产品,为游客带来高质量的假日体验。文化和旅游消费增长迅猛,根据中国联通数据监测,9月28日18时至10月6日6时,243个国家级夜间文化和旅游消费集聚区夜间客流量1.12亿人次,平均每个集聚区每夜5.76万人次,增幅明显。

中秋国庆假期的文旅热潮,正是中国经济动能澎湃的注脚。继续创新消费模式,延展消费空间,激发消费潜力,以高质量供给满足消费升级需求,必将激发更加强劲的消费势能,展现中国经济更加强大的韧性与活力。



上图:10月4日,游客在海南环岛旅游公路文昌段途经的木兰湾游玩。  
新华社记者 隋晓旭摄



左图:10月3日,游客在横道河子镇的文化艺术主题街区游览拍照。黑龙江省海林市横道河子镇始建于1897年,因中东铁路的修建而兴建,已有百余年历史。  
新华社记者 王建威摄

以精细化治理塑造旅游城市品牌

■ 周亚军

远发展。

如何让游客来了不想走、走了还想来?首先要围绕提升游客体验做文章,进一步把加强监管、优化服务等工作做实做细,充分保障好游客的合法权益。以三亚为例,几年前,当地开始打造“放心游”旅游监管服务平台,通过物联网溯源电子秤回传数据,实时监控海鲜价格,如果价格畸高,将被信息系统标红,监管部门将严肃查处。但实践中发现,凭借单一技术手段,仍难以根治这一问题。电子秤无法还原交易过程,商家还是可以拿“收费员打错小票了”等作为理由。为此,三亚在海鲜市场设置公平秤,供游客自行称重。同时,在市场加装视频监控,视频资料保留3个月,对海鲜挑选到加工进行全过程监督。实践证明,以公平公开的市场规则为准绳,以消费者满意为标准,才能不断提升监管水平、服务质量,营造安心舒适的旅游消费环境。

进一步提高游客满意度,还要畅通投诉渠道,健全及时反馈处理机制,让

游客感受到自己的遭遇有人关心,自己的诉求有部门回应。及时妥善处理游客投诉,减少旅游纠纷,是打造旅游城市品牌的重要一环。前不久,海南开始在全省各市县(除三沙外)推广旅游消费投诉先行赔付机制;游客如果遇到缺斤短两、以次充好等侵权行为,轻点手机就可以静默投诉。如果提交的证据真实充分,有明确法律依据,“海南放心游”平台30分钟内就可以先行赔付。这一机制为游客提供了快捷的维权通道。制定可行方案,更好地满足游客的多样化需求,方能不断提升旅游城市的公信力和美誉度。

对旅游城市而言,游客的口碑就是发展的生命线。优化旅游环境,提升服务质量,让每一位游客安心旅游、放心消费,是打造高水平旅游业的关键。把精细化治理的“麻烦”留给自己,把畅快出游的方便留给游客,定能不断增强旅游吸引力、产业竞争力,更好谱写旅游高质量发展新篇章。

(据《人民日报》)

黄秀说,起初,街上的蛋炒饭店只有两三家,后来旅游业日益兴旺,发展到现在的几十家,帮助不少村民增收致富。

借势发展,老村巨变。与万峰林景区一山之隔的兴义市则戎镇纳具村,是一个有着600多年历史的布依族古村落。2019年,兴义市引进企业,利用闲置房屋建设康养小镇,集中医养、药膳食疗、智慧养老等功能于一体。康养小镇负责人彭宁说,小镇吸引了来自全国各地的老年人,发展潜力巨大。

在兴义市万峰林街道下纳灰村一间民宿的庭院,工作人员陈英拿着清洁工具忙个不停。“我家就在隔壁,到民宿上班,既能顾家,又有收入。”陈英说,随着村里的游客越来越多,很多农民在家门口就能打工。据介绍,黔西南州共有民宿客栈477家,直接为2300多人解决就业问题。

万峰成林处,阳光黔西南。立足独特资源禀赋,做强山地旅游产业,黔西南州正向着打造国际山地旅游目的地的目标稳步前行。

(据《人民日报》)