

在年味里感受人文经济魅力

活力中国年

年味充盈市场

一桌年夜饭，不尽团圆情。“与往年相比，今年顾客预订年夜饭周期更早、速度更快、态度更积极。”广州酒家龙津西路店店长杨洪强说，“今年的年夜饭套餐去年12月起就被订满了。多款成品、半成品年菜的线上销售情况也很火爆。我们还联合广州博物馆等文博机构开展春节民俗体验活动，让餐桌更添‘文化味’。”

商务部大数据监测显示，今年除夕，我国部分重点大型连锁超市即时零售销售额同比增长约20%。年夜饭等服务消费火热。除夕当天，重点电商平台在线餐饮销售额同比增长40.8%。

吃饱喝足，上街接福。大年初一—早，北京王府井商圈已经人头攒动。在王府井工美大厦前，披上龙年新衣的“冰墩墩”化身“龙墩墩”，威武喜庆，吸引不少人拍照打卡。

来自湖南的陈女士一口气买了三个“龙墩墩”毛绒玩具，她兴奋地说：“初一买‘龙’，新年一定会龙马精神！”

乘着贺岁东风，“龙墩墩”再次跻身文创界“顶流”。自2023年12月7日正式开售以来，各线下门店累计销售“龙墩墩”系列产品约60万件。

良渚博物院的龙首玉颜镜、中国邮政以甲辰龙年生肖邮票图案为主题的文创冰箱贴、华为的龙年典藏版耳机……龙，赋予创作者灵感，丰富消费者选择。

在西南财经大学工商管理学院教授王祎看来，中国生肖经济火热的背后，是基于生肖的文创和品牌营销与现代国潮消费趋势相结合，通过创新融入多样化的文化元素，从而激发消费新活力。

祖国东北，一条由传递第十四届全国冬季运动会火炬人群组成的“巨龙”格外醒目。2月17日，“十四冬”将在内蒙古呼伦贝尔开幕。

“我们推动冰雪产业与文化、体育、旅游深度融合，力争实现旅游拉动消费升级，促进冰雪经济提质增效。”呼伦贝尔市文化旅游广电局副局长杨红说。

在新疆喀什古城，彩灯高挂、福字盈门，民族风情与春节装饰相映成趣。来自甘肃的游客张格兴奋地说：“走进其中，买买逛逛，才能真正体会到‘新疆是个好地方’的人文之美。”

据统计，春节假期前四天，喀什地区共接待游客86.14万人次，同比增长205.90%；实现旅游收入7.09亿元，同比增长216.52%。

年味浓厚，市场红火。古老春节，为开年经济铺就深厚的文化底蕴。



游客在河南商丘古城年货大集上购买龙帽。

跟随百姓欢度春节的步履，记者深入大江南北，在浓郁年味里感受人文与经济交融共生之和、相得益彰之美。



游客游览苏州平江路水巷。

人文中国年

产业赓续文脉

这个春节假期，游人纷纷走进拥有2500多年历史的江苏苏州平江路，感受古城之春、体验国风新年。

花灯缀满小桥，红绸映照流水；红色的货摊随着古街巷绵延，香囊福袋沁人心脾……顺应人们需求，平江历史文化街区推出新春年味市集等一系列活动，让市民、游客在江南年俗中领略传统文化魅力。

数据显示，春节假期前三天，平江历史文化街区累计客流量超过40万人次，创历史新高。

“传统文化的生命张力在实践中。”苏州市社会科学院院长王俊认为，彰显江南文化特色的文旅新业态、文化新场景、文创新产品，不仅赓续佳节传统，而且让中国人骨子里的传统文化基因与现代文明交相融合，实现了春节文化和现代经济



在贵州省仁怀市烽禾影城，市民从春节档电影宣传海报前经过。

本版图片均据新华社



头戴簪花的游客在福建省泉州市蟳埔村游览。

济和谐共生。

当文化浸润经济，传统年俗更有寄托，新年俗也在不断酝酿。

在陕西延安，春节期间，延安红街、南泥湾红色小镇等红色文化主题街区游客接待量屡创新高；《延安保育院》《重回延安》等红色演艺项目一票难求。丰富多彩的活动，将红色文化与春节文化紧密结合，为群众送上节日文化大餐。

“趁着假期，我特意带全家人来延安游玩，在这里不仅能感受到厚重的红色文化，也培养了孩子的家国情怀。”来自陕西汉中的游客王建华说。

以文润城、以文兴业。从延安，到西柏坡；从中共一大纪念馆，到中国共产历史展览馆，中华大地上，一个个“红色地标”的璀璨光芒，在万家团圆之时更显夺目，吸引人们纷至沓来。

以经济“活化”文化，春节经济也在促进中华优秀传统文化的创造性转化、创新性发展。

辽宁辽阳，非遗民俗游园大庙会上打铁花引来阵阵叫好；四川成都，武侯祠成都大庙会上传统花灯讲起现代故事；江西南昌，第二十届绳金塔庙会让古老历史文化街区“活”起来……传承千百年的老手艺、老行当，在这个春节生机勃勃。

自信中国年

新春孕育希望

大年初四，在贵州省黔东南苗族侗族自治州榕江县，甲辰龙年的“村超”拉开大幕。

“这是‘村超’赛事在2023年盛夏火爆‘出圈’以来，榕江人在春节期间迎来的首个大型‘文体嘉年华’，吸引了上万观众。”现场解说员、榕江人杨兵自豪地说，以“足球运动”和“民族文化”为鲜明特色的“村超”，不仅增添了节日氛围，还极大促进了当地经济发展，鼓舞着人们以更加昂扬的精神面貌努力奋斗。

过去一年，“村超”系列赛事全网浏览量超580亿次，累计吸引游客733万人次，有力带动榕江酒店、餐饮、特色产品消费。

“开门红”赢得“满堂彩”。人文之美正不断丰富高质量发展的内涵，在改革创新中传承发展，更好满足人民美好生活新需要。

突破70亿元！2月16日，2024年春节档票房再度传来捷报。

观影过年已经是许多人习以为常的文化活动。来自杭州的65岁影迷王爱虹和家人春节期间到上海省亲，就特地安排了全家人“影院休闲一日游”。“大家一起看了《第二十条》《飞驰人

生2》，马上要看《热辣滚烫》，特别开心。”王爱虹说。

数据显示，2月10日至11日，48小时内就有超过130万人次在上海购票观影，上海成为春节档起步阶段全国观影人次最多的城市。各大院线开足场次、加排零点场，满足观众的多元需求。

“今年春节档佳片多、人气旺，尤其是国产喜剧影片品质不断提升，观众好评如潮。”UME影城上海新天地店店长卢瑛预计，电影票房还将进一步冲高。

中国演出行业协会票务信息采平台数据也显示，2月1日至29日，各大票务平台在售演出项目数量2200余个，场次超8500场。

以文化人、以文惠民。文化消费在春节期间创造经济收益的同时，最重要的是充实人们的精神世界。

“不远千里来泉州，除了想体验簪花，更想深入了解这座城市的深厚文化内涵，也为节后复工好好放松精神。”来自武汉的游客朱林轩选择到泉州古城过年，享受“慢”下来的假期。

文化兴盛、经济繁荣，这是泉州的真实写照——它是拥有世界遗产点22处、全国重点文物保护单位44处的人文之城，也是GDP破万亿、拥有九大千亿产业集群的繁荣都市。

2023年，泉州市累计接待国内外游客8652.97万人次，比上年同期增长53.9%；累计实现旅游总收入突破千亿，达1002.40亿元，比上年同期增长68.9%。人们在此享受千年古城烟火气息，城市也在“双向奔赴”中更新发展。

龙腾虎跃、鱼跃龙门。透过新春中国经济这扇窗，人们见证人文与经济交相辉映的开年图景，品读着“发展为了人民”的中国实践。

这个春节，我们感受高质量发展的人文价值，自信满满开启新一年。

据新华社电