

# 2019年春节过年有啥新变化?

## 2019年春节7天假期结束,“新华视点”记者通过大数据盘点春节的新变化

### 交通 全国共发送旅客4.21亿人次,民航增长最快

2月4日至10日,全国共发送旅客4.21亿人次,比去年同期增长0.35%。其中,铁路6039.1万人次,增长5.8%;公路3.38亿人次,下降0.8%;民航1258.6万人次,增长10.6%;水运1022.3万人次,下降3.2%。

2月10日(正月初六)为今年春运开始以来客流最高峰,当日共发送旅客9551.6万人次,比去年同期增长0.1%。记者从中国铁路总公司获悉,2月11日,铁路客流保持高位运行,全国铁路预计发送

旅客1223万人次。为应对返程客流高峰,全国铁路继续加大运力投放,预计加开旅客列车1151列。

南昌铁路局集团车辆段负责人告诉记者,今年春节“反向春运”影响明显,春运单向固定流动模式发生了明显变化,这给运力调度、安全保障都增加了不小压力。

据悉,在总运量稳步增长的情况下,春节期间未发生重大突发事件和严重拥堵、旅客滞留情况。

### 旅游 全国旅游接待游客4.15亿人次,体验消费更受青睐

中国旅游研究院(文化和旅游部数据中心)综合测算,2019年春节假期,全国旅游接待总人数4.15亿人次,同比增长7.6%;实现旅游收入5139亿元,同比增长8.2%,文化和旅游市场繁荣有序。

在国内旅游市场,休闲旅游、观影观展、民俗活动等体验式消费越来越受欢迎。“北上赏冰雪、南下享温暖”成为热门旅游选择。2月4日到9日,内蒙古接待游客476.2万人次,同比增长14.6%;三亚八大景区接待游客超过80万人次。故宫博物院举办“紫禁城里过大年”活动,节日期间共接待游客近50万人次。

记者10日从国家移民管理局获悉,2019年春节假期全国边检机关共查验出入境人员1253.3万人次,与2018年春节假期相比增长10.99%。

春节期间,内地居民因私出境增长最为明显,共722.2万人次,同比增长15.97%。出境目的地排在前10位的包括泰国、日本、越南、韩国、新加坡、马来西亚、美国等国家和香港、澳门、台湾等地区。

携程旅游数据专家魏黎称,近几年,旅游已成为重要年俗。今年旅游消费增长在一线城市保持了力度,中小城市增长显著。

### 消费 零售和餐饮企业销售额首次超万亿元,商品消费更重品质

据商务部监测,2月4日至10日,全国零售和餐饮企业实现销售额约10050亿元,比去年同期增长8.5%。

2019年春节黄金周期间,全国商品市场保持平稳较快增长,买年货、吃年夜饭、逛庙会等传统消费红火火火,年货礼品、传统食品、新兴电子产品、地方特色产品销售增长较快,网络消费、定制消费、体验消费、智能消费等新兴消费亮点纷呈。

春节黄金周期间,传统年货、绿色食品、智能家电、新型数码产品、地方特色产品等销售保持较快增长。集购物、餐饮、娱乐等功能于一体的购物中心、奥特莱斯等新业态受到消费者青睐。

生鲜产品成为今年春节快递配送最火爆的商品之一,179个城市生鲜商品可以次日送达。除了对美食的“高需求”外,今年春节期间,消费者对生活用品的需求也明显提高。据苏宁数据显示,过去,过年家里添置冰箱、电视、洗衣机等大件,现在,中央集成家电品类独领风骚,春节期间销售同比增长100%。特别是在“新一线”城市,越来越多的装修客户选择中央空调、新风、全屋净水等集成类舒适家电。

春节期间,快递小哥们仍在给千家万户送达年货包裹。天猫“春节不打烊”送货量最多的前十大城市分别是上海、北京、杭州、广州、深圳、成都、苏州、武汉、天津和宁波。



2月5日,在美国加利福尼亚州洛杉矶附近的西来寺,人们观看舞狮表演。

■新华社发

### 餐饮 年夜饭火爆,外卖受欢迎

年夜饭、团圆饭、亲朋宴成为春节餐饮市场主角,大众化、特色化餐饮受到青睐。各地餐饮企业年夜饭预订火爆,天津重点监测的36家餐饮企业共预订年夜饭1.2万桌,同比增长5.3%;江苏扬州重点餐饮企业预订年夜饭4000余桌,近4万人除夕夜“下馆子”。春节期间,北京重点监测餐饮企业销售额同比增长

10%以上。春节期间,不少外卖平台仍然提供服务。据美团外卖2019年年夜饭消费报告显示,同比去年除夕,外卖订单涨幅达107%。一些工序复杂或难以自制的菜肴,如今通过外卖走向了千家万户的餐桌,这不仅是人们生活水平提高的表现,也是互联网为日常生活带来的便利与改变。

### 电影 电影票房创58.4亿元,春节档观众满意度得高分

国家电影局初步统计,2月4日至10日,中国电影票房达58.4亿元,观影人次达1.3亿。其中,2月5日的单日票房达14.43亿元,刷新了去年正月初一12.68亿元的单日票房纪录。

《流浪地球》《疯狂的外星人》《飞驰人生》分别以20.1亿元、14.49亿元、10.43亿元票房成

为前三甲。根据中国电影资料馆的全国电影观众满意度调查结果,今年春节档观众满意度得分83.9分,获“满意”评价,这是自2015年开展调查以来春节档中的最高分,同时也是全部27个调查档期的第二名。(新华社北京2月11日电)

## 变化中彰显中国发展活力

### ——透视过年方式之变

#### 团聚方式变了——催生“反向春运”潮

大年初六,在广州工作的刘伶开车把准备飞回老家的父母和哥嫂送到了广州白云机场。这是他们一家人第二次在广州过春节。

刘伶老家在四川眉山,因为回家的票不好买,去年开始,她让父母和哥嫂到广州过年。“春节在哪儿过都一样,一家人能团聚最重要。”刘伶说。

春运号称“世界最大规模的人类迁徙”,以往人们都像“候鸟”一样流动:节前从沿海到内地、从城市回乡村,节后再返程。如今,团圆理念没有变,人们的团聚方式变了,让“单向潮汐”呈现出“反向春运”的趋势。

广州和深圳是春运“潮汐”最明显的地方,过去一般是“超员北上,空车南回”。但是近几年,情况已有明显改变。广州南站新闻发言人刘慧说,春运以来,广州南站日均发送旅客30.8万人次,同比增幅25%;日均到达旅客18.8万人次,同比增幅30%。

根据中国铁路总公司和携程旅行网各自的大数据显示,今年春运传统高峰路线反向客流增加9%左右,且多以探亲为主。上海、北京、广州、深圳、杭州等成为“反向春运”热门目的地,除夕前一

周前往这些城市的机票预订量同比增长超40%。

“除能节省开支,反向春运还让更多人可以拿出更多时间陪伴家人,感受不一样

的春节。”携程集团机票事业部负责人邵季红透露,“在反向春运和旅游过年热潮的带动下,北京、上海、广州等‘空城’的‘人气’有很大程度回升。”据交通运输部统计,春节7天假期,铁路运输旅客6000万人次,再创新高;民航运输旅客约1300万人次,比去年同期有了较大幅度增长。

#### 生活需求多了——带动“洋年货”走俏

寻找年味,从置办年货开始。北美蔓越莓、缅甸牛油果、新西兰银鳕鱼、美国波士顿龙虾……来自青岛的张女士家里,冰箱中的“洋年货”占了一半以上。

“现在‘洋年货’品种多,价格亲民,买起来也方便,家人都希望在春节期间尝尝鲜。”张女士说。

今年春节,不少人的年货清单上,“洋年货”开始走俏。一些电商平台销售数据显示,阿拉斯加帝王蟹、法国蓝龙虾、智利车厘子、澳洲鲜奶等都成为百姓新年餐桌的新选择。

从20世纪八九十年代的“三斤瓜子一斤糖”到如今的“海鲜坚果大礼包”,年货清单的变迁正是人们消费从吃饱到吃好、从注重价格到注重品质的生动写照。

“京东到家”日前发布《2019年中国年货消费报告》显示,品质取代价格成为年货消费首选因素,国民日常消费呈现出更注重“悦己”体验的升级特征。

春节期间,网络消费、定制消费、体验消费、智能消费等新兴消费亮点纷呈。据商务部监测,除夕至正月初六(2月4日至10日),全国零售和餐饮企业实现销售额约10050亿元,比去年同期增长8.5%。

节前,顺丰速运、菜鸟物流等均承诺春节期间服务不断档。菜鸟进口物流数据显示,广州、深圳、杭州、宁波等口岸春节期间仍在繁忙工作,以更好满足国内外消费者需求。

“洋年货的热销反映了人们消费水平的提升和消费需求的多元。”中国贸促会研究院国家贸易研究部主任赵萍说,我国商品型消费将持续从低端向高端升级,创新型消费和品质消费将迎来新一轮增长。

#### 传统年味浓了——“博物馆里过大年”受追捧

一道道宫门张贴着喜庆的年画和春联,乾清宫前丹陛上下立着“天灯”和“万寿灯”,廊庑悬挂着华美宫灯轻轻摇曳……大年初五上午,徐东蕾带着家人一走进紫禁城大门,便感受到浓浓的年味儿。

“春节期间买买年货,逛逛故宫,孩子在耳濡目染间了解传统文化,这样的过年方式既传统又新颖。”在北京工作近20年的徐东蕾第一次参观故宫,贴年画、拜财神等实景展现的年俗让他感到惊喜。

为让传统节日文化鲜活起来,故宫博物院自1月上旬起举办“贺岁迎祥——紫禁城里过大年”展览,罕见地展出了885件(套)文物。故宫春节长假7天的门票,在长假开始前便被预订一空。商务部10日发布的数据显示,“紫禁城里过大年”活动,节日期间共接待游客近50万人次。

传统年俗曾一度成为“儿时记忆”,如今强势回归,“博物馆里过大年”受到了游客和市民的欢迎。据中国旅游研究院调查,春节期间参观博物馆、美术馆、图书馆和科技馆、历史文化街区的游客比例分别达40.5%、44.2%、40.6%和18.4%。

“传统节日的形成过程,是一个民族或国家历史文化长期积淀凝聚的过程,这种传统年俗的吸引力来自我们内心深处对过年仪式的认同感。”故宫博物院院长单霁翔说。

“科技范”也为浓浓的年味注入活力。家在河南农村的青年张齐,以往拜年方式都是走亲访友,今年他用抖音录了一段写福字、贴春联的拜年视频,发给亲朋好友。类似这样的视频在短视频软件上常常获得热烈点赞。

春节,是阖家团圆的日子,也是充满仪式感的节日。如今,人们过年的方式在回归传统中不断与时俱进,变得越来越多元。而过年方式的点滴变化,折射的是经济社会发展

#### 文化休闲热了——观影、旅游迎来“最强档”

猪年大年初一当天,8部电影集体上映,当日票房超14亿元,创国内单日票房新高。如今,过年看电影,已成为很多人春节的“必选项”。

“科幻”成为今年春节电影档主题词。据国家电影资金办初步统计,科幻大片《流浪地球》上映5天票房突破15.9亿元,成为领跑春节档的“黑马”。而充满科幻元素的喜剧电影《疯狂的外星人》紧随其后,票房近13亿元。

近年来,“过春节看电影”已成为各地的一项新年俗,很多影城春节期间日均上座率增长十分明显。来自国家电影资金办的数据显示,春节假期,全国有超过1.1亿人次到电影院观影。商务部10日发布的数据显示,春节期间,全国电影票房超过50亿元。

中国文联电影艺术中心主任饶曙光说,今年春节档影片类型丰富,品质、口碑都不错,满足了观众多样化、差异化观影需求。

“小镇青年”不再是过去的K歌、打牌、放鞭炮“老三样”,各地文旅活动丰富多彩,除了看电影,村民还当上了“春晚”导演,左邻右舍成为舞台主角。

旅游也成为“新民俗”。家庭游、敬老游、亲子游、文化休闲游等成为节日期间主流的旅游休闲方式。经中国旅游研究院综合测算,全国旅游接待总人数4.15亿人次,同比增长7.6%;实现旅游收入5139亿元,同比增长8.2%。

观影也好,旅游也好,都是消费升级的体现。2018年全国居民恩格尔系数28.4%,比上年下降0.9个百分点,说明居民消费中非实物支出在上升,印证了消费升级的趋势。

“春节休闲方式的变化恰似一面镜子,折射出人们消费水平和理念的变化,文化旅游消费之热说明了服务消费发展潜力巨大,加快供给侧结构性改革方能更好满足消费升级需求。”商务部流通产业促进中心服务业研究室副主任陈丽芬说。(新华社北京2月10日电)