

# 在年味儿里感受人文经济魅力

新春新市,物阜民丰,百业兴隆。

举起杯、聚个餐、守好岁,传统在赓续;赏新片、买非遗、去旅行,年俗更新潮。好一个年味儿十足的开年市,好一个烟火气升腾的中国年!

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

## 活力中国年:年味儿充盈市场

一桌年夜饭,不尽团圆情。

龙头造型的行运金龙包、用粉色小龙点缀的豆茸酸奶糕、寓意“盆满钵满”的盆菜和“步步高升”的年糕……广州酒家今年的年夜饭,饱含吉祥的好意头。

“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,餐桌更添‘文化味儿’。”

从全家上阵采购食材制备年夜饭,到选择在饭店享受年夜饭,再到根据群众需求提供更有滋味更有内涵的年夜饭,中国人的“舌尖文化”与“舌尖经济”相辅相成。

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3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,从而激发的消费新活力。

祖国东北,一条由传递第十四届全国冬季运动会(以下简称“十四冬”)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。

以承办“十四冬”为契机,内蒙古冰雪旅游迎春“绽放”。据内蒙古自治区文化和旅游厅统计,春节假期第一天,全区接待国内游客390.97万人次,是2023年同期的5.66倍,实现旅游收入26.88亿元,是2023年同期的7.61倍。

旅游团圆、休闲过年,大好河山成为人们欢度新春佳节的壮丽背景。

在新疆喀什古城,彩灯高挂,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%。

德国《法兰克福评论报》指出,春节是中国最重要的传统节日,数以亿计的中国民众在春节假期返回故乡、探亲访友。春节期间人们外出聚餐、购物、旅行的意愿会大幅提升,假日消费需求充分释放。

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。

## 人文中国年:产业赓续文脉



2月15日,游客乘坐手摇木船游览江苏苏州平江路水巷。新华社发(杭兴微摄)

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……顺应人们的需求,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,到中国共产党历史展览馆,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。

来到2024天津市第二届西岸非遗·老字号年货节,近百家中华老字号品牌、津门老字号品牌、非遗项目令人目不暇接,市民游客逛市集、买年货、赏非遗,热闹的市场烘托出浓浓的年味儿。

天津市市级非遗项目王氏手绘盘丝传统服饰制作技艺第四代传人郁从霞说:“我们在这里展示非遗项目和非遗产品,老人们看到了非遗的创新,孩子们领略了中华优秀传统文化的内涵。通过非遗年货节,我们不仅取得了良好的经济效益,更重要的是实现了非遗文化的传播。”

## 自信中国年:新春孕育希望

球场内,队旗招展、芦笙悦响、锣鼓喧天;球场外,灯笼高挂、游人往来,一派热闹的过年景象……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,有力地带动了榕江酒店、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!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集平台数据也显示,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的烟火气息,城市也在“双向奔赴”中更新发展。

“深度挖掘本地文化遗产资源和传统民俗,泉州将通过举办非遗年货节、元宵灯会等民俗活动,力争再现宋元泉州繁华盛景。同时,还推出发放文旅消费券、折扣减免等惠民措施,让人们有获得感、幸福感,更好满足人们对‘世遗之城’的向往。”泉州市文化广电和旅游局局长吕秀家说。

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。(新华社北京2月16日电)

## 遗失声明

●袁国华不慎将商水县建置房地产开发有限公司开具的建业阳城上院5号楼2单元701室的购房收据(1份)丢失,编号:1256200,金额:212620元,声明作废。

2024年2月19日