



## 夜经济升腾了小城的烟火气

今年“五一”假期人流如织,我们家一行五人决定自驾出行,随即在4月29日从重庆市驾车前往贵州省安顺市。7个小时的车程后,我们当天傍晚在安顺市的万象城安顿下来,而且发现附近多家酒店已经客满。

夜晚的安顺是美食的天下。在酒店放下行李后,我们迫不及待地出门觅食。热情的餐厅服务员将野菜火锅端上饭桌,锅中热气腾腾,新鲜的食材在其间翻滚扑腾。我探过头去,蒸汽扫过脸颊的瞬间仿佛也带走了赶路的疲惫,让我食欲大增。大块朵颐不仅治愈了心情,5个人178元的账单更让人惊喜。

安顺市的旅游资源丰富,有黄果树瀑布、龙宫、夜郎洞、文庙等知名景区,也有阿歪寨、藤甲谷、虹山湖等小众特色景点。我们选择避开人山人海,错峰出行,享受更舒适的旅游体验。白日有美景,夜晚享美食,我们在畅游

与畅吃间放飞了心情。可以说,夜经济升腾了这座小城的烟火气,也撩动了游客的心。极具地方特色的丝娃娃、风味独特的双味裹卷、辣香爽口的莽凉粉……让吃惯了重庆麻辣口味的我惊诧至极,流连忘返。

令人印象最深刻的还要数5月1日晚的安顺啤酒节。当晚8时,灯光灿烂,轻歌曼舞,小商贩热情招揽生意。小摊上的烤肠发出滋滋的声音,烤熟的扇贝弥散香气,无限续杯的啤酒不断涌出泡沫……如此种种,奠定了啤酒节狂欢的基调。随着露天舞台上乐队的演唱声响起,此夜的激情被点燃了,我与家人随着音乐情不自禁地哼唱着,难忘今宵良夜。

“五一”假期结束,返程后的我仍然在回味这场自驾游之旅,铭记这座烟火气满满的城市带给我的治愈与快乐。

**(颜如口述 中国城市报记者方紫薇整理)**

## 酒店餐位预订需提前一周

在城市熙攘的街头,我感受到了餐饮业在复苏中的蓬勃活力,生活中的烟火气息在每一个街头巷尾热烈升腾。

“五一”假期前夕,我致电北京市多家大型酒店和特色餐厅,结果无一例外,预订均已爆满。在与海底捞火锅相关负责人梁杨兵的电话咨询中得知,今年“五一”假期的餐位预订提前一周就开始了,预订高峰也较往年提前。为应对这种情况,商家还开启了晚市多轮预订模式。

假期首日,我来到繁华的北京市西单大悦城,期待看着在人潮高峰到来前品尝一顿美味的餐点。上午10时,商场人潮涌动,许多餐厅门口已经排起了长龙。材料大厨炒肉餐厅内的节日气氛浓厚,叫号声此起彼伏;新品推广海报醒目地挂在墙上,预示着节日特色菜单已准备就绪。我与家人一同品尝了餐厅的招牌菜,肉质鲜嫩,配料丰富,口味绝佳,不由感叹厨师的精湛烹饪技艺与对食材质量的严格把关。

在与餐厅相关负责人彭盛毅的交谈中,我了解到,为了应对“五一”假期客流高峰,商家提前两周开始加派人手,原材料储备也比平时增加了20%以上,同时还会适当延长营业时间。这种前瞻性的规划和细致入微的服

务使得节假日期间餐厅的翻台率比平时提高了2-3轮,从而保障了服务品质。

然而,这场美食盛宴并非仅限于实体店。在线上,热门餐饮品类同样表现抢眼。假期第三天,我和朋友去紫竹院公园野餐时,通过外卖软件下单了呷哺呷哺推出的一款专为户外设计的火锅套餐。这款产品巧妙地将一次性锅炊具、美味火锅食材和清新茶饮整合打包,让我们在户外也能领略到火锅的独特魅力,实现了一种“美景与美食”并蒂的绝妙体验。

此外,对于像我这样烹饪水平有限的美食爱好者而言,预制菜无疑成了一名福音。“五一”假期,我还通过叮咚买菜订购了我钟爱的蒜香口味即热型小龙虾预制菜。同时,我发现了许多餐饮品牌商家通过抖音独特的“短视频+直播”的形式,与消费者在线互动、解答疑问,拉近了我们与商家之间的距离,这让人更加期待去实体店品尝美食。

另外,我还注意到市场监管部门采取了一系列措施来规范市场行为和优化消费环境,例如要求餐饮经营者明码标价。这些举措有效地保障了广大消费者的权益,推动了餐饮行业的健康发展。

**(孙蔚口述 中国城市报记者孙雪霏整理)**

## 沉浸式赴一场数字技术之旅

火车票放票后“秒没”,抢票难度堪比春运。“五一”假期,我和家人最终选择留守北京。虽然没能出京游玩,但我们依然过得充实而快乐。最有趣的是走进 teamLab 无相艺术空间,和女儿囡囡一起感受数字技术与艺术融合带来的全新体验。

进入展馆,映入眼帘的是通过数字技术打造的一片花海。随着时间推移,各种颜色的花朵经历了成长、盛放、凋落、枯萎、重生的过程。生命周而复始,美好未曾离去。囡囡在这里还细心地发现,参与者如果站着不动,附近花朵就会生长得比平时更多,持续绽放;如果触摸或踩踏花朵,花朵就会同时枯萎。这或许是囡囡第一次认

真地思考自己与自然、与世界的关系。

出现现场,参观者还可以触摸变幻数字墙。用手触摸墙上自上而下飘散下来的汉字后,汉字所蕴含的世界就会被展现。从每个汉字里衍生出的事物也会相互影响,从而创造出另外一个世界,比如有风吹过,雨就会受到风的物理影响而产生倾斜。在回家的路上,囡囡说:“汉字太奇妙了,第一次感受到汉字的力与美。”

让囡囡印象最为深刻的是,每个参与者都可以根据自己的喜好给纸上的海洋生物涂上颜色。完成之后,扫描画作,这些生物会扑通一下跳进“水”里,出现在巨型虚拟水族馆里。参与者会惊喜

# 消费提振,我们在行动

■中国城市报记者 张阿楠

出游2.74亿人次!零售和餐饮销售额同比增长18.9%!支付宝消费额同比2019年涨7成!山东淄博民宿预订量暴涨40倍!“烧烤热”火爆全国大小城市……

刚刚结束的小长假堪称近年来最火“五一”,旅游、餐饮、购物、出行、住宿等多领域消费迎来井喷式爆发,烟火气全面回归。

新冠疫情发生前,消费已经成为我国经济增长的主要拉动力;随着疫情防控平稳转段,消费作为畅通国内大循环的关键环节和重要引擎,“压舱石”作用更加凸显。

党的二十大报告指出,着力扩大内需,增强消费对经济发展的基础性作用。2022年12月,中央经济工作会议进一步强调,要把恢复和扩大消费摆在优先位置。为增强消费信心和活力,商务部把2023年定位为“消费提振年”。

2023年开年以来,消费市场悄然升温。各地各部门乘势而上,出台一系列政策举措,形成一波接一波的消费热潮,促进了消费潜力持续释放。尤其是这个“五一”假期,民众迸发出强烈的消费热情,彰显了消费信心。

首先是出门的人多了。据交通运输部消息,4月29日至5月3日(劳动节假期期间),全国铁路、公路、水路、民航预计发送旅客总量27019万人次,日均发送5403.8万人次,比2022年同期日均增长162.9%。

假期消费是折射我国经济活力的晴雨表。据商务部商务大数据监测,今年“五一”假期全国重点零售和餐饮企业销售额同比增长18.9%;石油制品、汽车销售额同比分别增长24.4%和20.9%;金银珠宝、服装、化妆品、烟酒销售额同比分别增长22.8%、18.4%、16.5%和15.1%;全国示范步行街客流量、营业额同比分别增长121.4%和87.6%……

与此同时,线上支付释放的消费信号不容小觑。

来自支付宝的数据显示,“五一”假期拉动了餐饮、出行、文旅行业消费热度的全面走高:“五一”假期前3天,支付笔数同比去年增长230%,消费金额同比去年增长200%,同比2019年则增长了70%。其中,餐饮行业同比去年增长超5成,而文旅景区行业消费增长超4倍。

让更多人感同身受的是,积蓄许久的旅游热情在今年“五一”假期得到了集中释放。在老牌旅游目的地持续火爆的同时,很多人惊讶地发现,这个

劳动节似乎没有冷门目的地。

去哪儿平台数据显示,往年诸如云南德宏、甘肃甘南、四川自贡、广东揭阳、新疆伊犁和喀什、江苏淮安和盐城,以及山东淄博、威海和日照等相对冷门城市,今年“五一”假期酒店预订量同比2019年都增长了10倍以上。

假日期间,纵使机票价格较疫情前增长上涨三成以上,国内热门城市机票预订量仍超过疫情前五成;火车票同时购票人数达到历史新高,热门线路车票售罄速度超过春运;热门城市酒店预订量超疫情前1.9倍,连住天数增长20%。

这个假期不得不提的“顶流”还有淄博。今年淄博凭借烧烤爆火出圈,“进淄赶烤”也成为“五一”假期的新时尚。

去哪儿大数据研究院估算了一笔账,吃一顿淄博烧烤人均消费50元,带动当地交通、住宿等消费750元——这意味着,仅凭百元消费就能撬动产业链十余倍的消费力。

多个平台的“五一”假期数据侧面佐证了这一点。携程数据显示,淄博市酒店预订量较2019年同期增长超10倍,跻身“五一”假期山东省内酒店预订热门城市前五。“五一”假期整个山东省的酒店预订量都较2019年同期增长近3倍,增速位居全国第一。

途家则显示,“五一”假期淄博民宿提前预订量同比2019年暴增了40倍。

据支付宝统计,消费者在淄博烧烤店消费金额暴涨超5倍,带动酒店消费金额增幅也超2倍。由于淄博“一串难求”,多地纷纷花式拉游客,新疆、江苏、云南以及东北等地烧烤都卷了起来,江苏徐州烧烤紧随淄博之后消费金额增长近2倍。

事实上,除了淄博烧烤,一次四川成都熊猫“花花”见面,一件江西景德镇青花瓷文创产品,甚至一碗广西柳州螺蛳粉……这些形形色色的旅游标签,都在今年“五一”假期成为激发旅游城市消费潜力的关键,是对一座城“非去不可”的理由。

“淄博火遍全国的原因,不仅是烧烤的烟火气,更是当地真抓实干的政府、诚信经营的商家和热情好客的市民,为旅客带来良好出游体验。”去哪儿大数据研究院副院长郭乐春表示,今年旅游业需求端仍有巨大潜力待释放,端午、暑假、“十一”将迎来一波又一波的高峰。

“许多城市希望成为‘下一个淄博’,旅客也正在寻找讲诚信、重服务的‘下一个淄博’,但要真正实现口碑与经济效益双丰收,还需要多方从业者共同努力。”郭乐春说。

消费近500元,其中门票320元。刚开始我觉得价格有些“小贵”,但体验下来发现,整场展出有艺术性、趣味性,还有很多互动性的项目,将近三个小时的时间里,大人可以拍照,娃儿玩得也特别尽兴,总体感受物有所值。

**(赵珊珊口述 中国城市报记者邢仙整理)**

## 趁降价促销喜提新能源汽车

对我们这个小家庭来说,4月30日是一个特别的日子。这一天,我们去北京市朝阳区一家宝马4S店提了属于我们自己的第一辆汽车宝马iX3领先版。

买车对我们这种刚结婚的小夫妻而言算是一笔大额支出,因此,从今年4月初,我和老公每逢周末就穿梭于各大品牌的4S店。先上网了解品牌、看车友评论,再到现场试乘试驾,对比性能,连续几个周末,我俩都忙得不亦乐乎,累并快乐着。

其实,作为生活在北京的上班族,车是每个小家庭的刚需。去年9月,我们结婚后,大致推算有望在今年以家庭为单位积分申请到新能源车牌。而且我们考虑到,新能源汽车不仅能够节能减排,有益于环保,从经济适用的角度看,也能为我们节省一大笔支出。我俩大概估算了一下,同样的车程,新能源汽车的电费是燃油车油费的三分之一左右,再加上新能源车牌还有不限行的优势,作为城市代步工具再合适不过。

经过再三权衡和对比,我和老公决定购入宝马iX3领先版,续航里程在420公里—430公里,落地价格29.8万元,包含裸车价格、新车全年保险费用以及家庭充电桩的费用。接待我们的销售人员透露,该款车型此前是按照40万元进行配置的,因此,现在购人性价比极高。

之所以在新能源牌照落定之前购车,也是考虑到近期包括老牌车企和造车新势力在内的各路品牌正大打“价格战”,我们想趁着活动期间优惠力度大,先买车,车牌到手先申请临时牌照过渡;否则等家庭积分的分数出来再购车,现车大概率被销售一空,等新车时间又会比较久。

此外,我们还观察到北京近年来新能源汽车相关产业的发展,目前,全市范围内的充电桩相对较充足,充电比较方便,公用的快速充电桩不到一个小时就可以充满,耗费不到百元。最近,我们准备在自家车位上安装家用充电桩,10小时即可充满,花费不超过50元,虽然慢一些,但比公用充电桩的快充更省钱。

喜提新车第一天,为了试试新车的性能,我俩特意开车去雄安新区游玩,来回路程在400公里左右,驾驶乘坐体验都不错,舒适度较高。作为“有车一族”,我们计划在5月20日自驾去河北北戴河旅行,希望今后这辆爱车能够伴我们看到更多不一样的美丽风景。

**(毛小楠口述 中国城市报记者张亚欣整理)**

## 演出市场好戏好剧一票难求

事实上,早在阳春3月,我就开启了文化艺术消费之旅。3月下旬,时隔4年,我终于又见到人称“姐夫”的俄罗斯籍指挥大师瓦莱里·捷杰耶夫,乐迷最熟悉他的莫过于那标志性的“牙签”指挥棒。此番到华,“姐夫”依旧延续了“永动机”的高强度演出模式。

抢票时的惊心动魄,我至今记忆犹新:2个售票平台的系统同时崩溃,“七进七出”“双管齐下”才抢来一张,可谓一开票即售罄。

音乐会现场座无虚席,当马林斯基交响乐团十分融洽且富有层次感的旋律响起,久违的俄罗斯之音让现场观众沉醉神秘。这场音乐会也成了我三年来消费最高的一场演出。

在我看来,这些消费支出是值得的,一方面,它们是我繁忙生活里安慰身心的良药,另一方面也是我平日努力工作的动力。

如今,看到文化艺术事业欣欣向荣,看到文化艺术产业蓬勃发展,看到越来越多和我一样的年轻人成为优秀传统文化的传承者和文化艺术产品的消费主力军,我感到非常欣慰。“五一”假期已过,但属于我的文化艺术狂欢之旅才刚刚开始。

**(杜子匡口述 中国城市报记者郑新钰整理)**

“五一”前夕,作为第八届“中国交响乐之春”系列音乐会之一,“江河湖海共春潮”高峰论坛暨交响乐团音乐会在国家大剧院奏响城市之音,五个乐章的音乐画卷徐徐铺开,音韵讲述的“宁波故事”娓娓道来。我在现场的弓弦之间,开启“五一”的文化艺术狂欢。

我自小热爱文艺,虽然长大后未真正从事相关领域,却是音乐会、戏园子里的常客。熬过近3年的艰难时光,如今线下演出市场重归火热,我“钱袋子”里的钱也终于有了“用武之地”。

今年“五一”假期,我推开了其他活动,专注享受文化艺术盛宴。由于线下演出市场强劲复苏后,好戏好剧一票难求,所以我不论座位、不看场次,只求能“秒杀”到人场券。在激动人心的抢票大战中,我最终确定了“五一”行程:第一站,抓住北京国际电影节尾巴,开启马拉松式的观影;第二站,走进北京梅兰芳大剧品国粹京剧;第三站,抵达国家话剧院话剧演出;第四站,前往首都博物馆感受中轴文化魅力、体验中轴历史变迁……

几天的文艺熏陶让我酣畅淋漓,意犹未尽。每一场演出活动都精彩纷呈,现场人山人海、气氛热烈,燃爆了“五一”假期。

- ① 5月2日,在山东省荣成市海驴岛海域一艘游轮上,游客们在喂食黑尾鸥。人民图片
- ② 5月3日,广东省广州市越秀区的市民在二沙岛艺术公园搭帐篷露营,享受假期的美好时光。人民图片
- ③ 5月1日晚,在四川省眉山市仁寿县城厢西里商业街,络绎不绝的游客和市民正在逛街购物休闲娱乐。人民图片
- ④ “五一”假期,新疆维吾尔自治区吐鲁番市鄯善县库木塔格沙漠游人如织。中新社发 刘 健摄

## 数说“五一”消费市场

增值税发票数据  
全国消费相关行业销售收入与去年“五一”假期相比增长24.4%  
服务消费和商品消费同比分别增长28.7%和19.5%

商务部监测  
全国重点零售和餐饮企业销售额同比增长18.9%

交通运输部数据  
全国营业性客运量合计26971.6万人次  
日均发送5394.3万人次,比2022年同期日均增长162.4%

中国文化和旅游部数据中心测算  
国内旅游出游2.74亿人次,同比增长70.83%  
实现国内旅游收入1480.56亿元,同比增长128.90%

