

城市锐评

春节消费火热,见证中国经济澎湃活力

■罗建华

文旅市场爆火出圈,国内游、出境游、入境游多点开花;春节档电影票房创历史新高,各影院上座率不断攀升;逛市集、赏花灯、看演出等传统文化消费的氛围日渐浓厚,彰显文化特色……这个春节假期,我国消费市场持续火热。

春节作为国家欢聚的传统节日,也是各种消费需求集中释放的时间段。14亿人口的超大规模内需市场,加上春节吃住行游购娱等需求显著增长,带动节日经济不断升温。从线下到线上,从城市到乡村,买年货、赏龙灯、舞龙舞狮、观民俗、游年会……甲辰龙年8天“加长版”春节假期中,火热的消费场面烘托出浓烈的新春气息。升腾的烟火气息、丰富的消费场景、高涨的消费热情、不断释放的内需潜力,进一步印证了中国经济的韧性与活力。

数据是消费市场的直观反映。支付宝平台数据显示,8天长假期间,平台上用户境外消费金额同比增长140%,其中,东南亚地区受免签政策推动,消费金额同比激增580%。携程2月17日发布的报告

显示,春节假期,国内游、出境游、入境游订单同比均大幅增长,并超2019年同期水平;国内景区门票订单同比增长超六成,境外景区门票订单较2019年增长超130%。据灯塔专业版数据,截至2月17日17时41分,今年春节档总票房突破80亿元,打破中国影史春节档票房纪录。据去哪儿平台统计,春节假期,中国游客的足迹涉及全球100多个国家,旅游订单覆盖全球1700多个城市,国际酒店预订量同比增长4.7倍,国际机票预订增量高达14倍……透过一个个数据,我们可以更加清晰地感受到春节消费的红火态势。把恢复和扩大消费摆在优先位置,发力新消费、新场景、新动能,促进能消费、敢消费、愿消费,定能充分发挥消费“主引擎”作用,为推动我国经济持续回升向好注入强劲动能。

内需是经济发展的基本动力,扩大消费是满足人民日益增长的美好生活需要的必然要求。春节假期的消费盛况是中国经济大海之上的一朵浪花,反映的是中国经济如大海般广阔的市场前景和巨大的内需潜力。从经济发展规律来看,大国

经济的特征都是以内需为主导、内部可循环。消费是最终需求,是畅通国内大循环的关键环节,对经济具有持久拉动力。春节消费市场的红火再次启示我们,我国消费增长空间广阔,我们完全有基础、有底气不断把中国大市场蕴含的消费潜力释放出来。顺应发展趋势,丰富市场供给,创新消费场景,激发消费潜能,定能更好满足人民群众对美好生活的向往,让高质量发展引擎更强劲、活力更充足。

春节消费的亮丽成绩单,展现的是温暖的人间烟火,也从一个侧面印证着中国经济韧性强、潜力大、活力足,中国经济大船将乘风破浪持续前行。2024年是新中国成立75周年,是实现“十四五”规划目标任务的关键一年,即将召开的全国两会将亮出全年发展新目标,未来一年的谋划与部署、改革与奋斗将带来更多希望与憧憬。只要我们心怀龙腾虎跃的干劲闯劲,披荆斩棘、一往无前,共同书写中国式现代化建设新篇章,消费市场恢复向好的势头就会更为强劲,有效发挥对经济增长的支撑作用,为构建新发展格局、推动高质量发展作出更大贡献。

潮汕英歌舞火出圈
非遗传承展新风采

■孔德淇

连日来,英歌舞刷屏国内社交平台,墙内开花的同时也“飘香”海外。今年春节期间,广东省普宁市的南山英歌队受邀在英国伦敦文化艺术地标伯灵顿拱廊以及特拉法加广场倾情演出,向世界展现英歌舞的风采,传递出浓郁的中国“年味”,诠释着东西文化美美与共、各美其美的深刻内涵。

英歌舞的主要表演形式为大型集体舞,舞者双手各持一根短木棒,上下左右互相对击,节奏强烈。舞者们按照《水浒传》梁山好汉的形象在脸上画着各式各样的妆容,配合锣鼓点和吆喝,边走边舞,表演气势豪壮。演出现场,围观群众纷纷举起手机记录精彩瞬间,对来自中国的优秀传统文化赞不绝口;社交平台上,数亿次的视频点击量可谓是东西方文明交流互鉴的生动写照。

英歌舞这一充满岭南民间艺术特色的舞蹈在当地绵延四百多年不绝,虽然在2006年就被列入首批国家级非物质文化遗产代表性项目名录,走红却是近年来的事。这主要得益于现代传播的力量。对于这种动作性极强的民间歌舞来说,短视频、Vlog等新兴媒介可以很好地展现舞蹈现场的视觉震撼,通过多种运镜、特写以及后期剪辑、配音的处理,将传统脸谱、华丽服饰、炫目色彩与青年气息完美融合,生动展示出潮汕地区自强、拼搏、不服输的精神,让更多人特别是年轻人了解和喜欢上这项非遗技艺。这不仅有利于传承和保护中华优秀传统文化,也有助于增强文化自信,促进文化多样性的发展。

互联网时代,好酒也怕巷子深。在新的时代条件下,促进非遗重焕生机,归根到底还要靠人。潮汕地区英歌舞表演者大多是青壮年男性,如今越来越多的90后、00后加入进来,得以让这一宝贵的非遗文化在年轻一代中传承发扬,也让这一非遗技艺更好地融入了现代生活。

英歌舞的兴盛也给传统非遗技艺传承带来了启示:只有当更多年轻人感受到中华优秀传统文化的价值与魅力,尊重并保护中华优秀传统文化,将其作为对自身身份认同的探索和建构,才能让中华优秀传统文化在新时代焕发蓬勃生命力。

春节期间,英歌舞出圈破圈是中华优秀传统文化及其背后家国情怀的现代化呈现,是在合适时机与国内外民众巨大热情的双向奔赴。这也告诉我们,中华优秀传统文化是我们的根和魂,也是我们与世界互动、展示文化软实力的桥梁,亟待在现代技术的加持下实现创造性转化、创新性传播,更好地向世界展示中华优秀传统文化的独特魅力。

买短乘长

2月15日,广州高铁列车严重超员致无法行驶,多名旅客买短乘长不愿下车,列车员无奈报警。这一事件引发了各方对于公共交通资源分配问题的思考。

有网友表示,旅客应该遵守相关规定。同时,相关部门也应加强对公共交通资源分配的研究,探索更加公平、合理的资源分配方式,更好地满足广大旅客的出行需求。

人民视觉



微言微语

优化文旅服务,为每一名游客合法权益撑腰

背景:

2月17日,游泳运动员傅园慧发布求助微博,称在吉林省长白山包车遭“半路加钱”,引发网友关注。当日晚间,长白山保护开发区管理委员会官方公众号“长白山发布”发文表示,长白山严厉打击非法营运等行为,坚决维护每一名游客的合法权益。当地交通部门根据《中华人民共和国道路运输条例》和《吉林省交通运输行政处罚裁量标准》,对涉事司机按上限处以3万元罚款的行政处罚。

@关育兵:一个看似不起眼的包车司

机,竟能轻易破坏旅游体验,给游客和当地旅游形象带来严重损害。这提醒我们,旅游环境建设中的任何一个环节都不能忽视,各地旅游环境建设仍需不懈努力。对于游客来说,应提高自我保护意识,学会运用法律武器维护自己的权益。在遇到类似事件时,应勇敢站出来,及时向相关部门投诉求助,共同维护一个公平、公正、有序的旅游市场环境。

@唐山客:人们关注上述事件的同时,也是在关注自己的旅游维权境遇。评判一个地方旅游市场环境的好坏,一看旅游侵权行为、纠纷的发生率,二看相关监管部门处理游客投诉举报的诚意和效能。

比之花样宣传“摇人”,重视游客的投诉举报或吐槽,给出负责任的态度和反应,更显诚意也更容易打动游客的心。在事前、事中、事后等环节尽全力维护每一名游客的合法权益才是最好的“宠客”方式,才能宠到了游客的心坎里。

@央视网评:市场竞争最终拼的是产品和服务,产品再好,服务跟不上,既留不住人,还可能吓退后来人。就文旅行业来说,吃“资源饭”必须得向吃“服务饭”转型了。谁转得快,谁就占先机;谁转得彻底,谁就能笑到最后。哪个地方、哪个景区还沿袭“一锤子买卖”的思维或做法,只会砸了自己饭碗、断了未来的路。