

最“牛”春节档、最“热”逛馆潮、最“红”微度假……

文旅大餐能否节终宴不散？

如果你认为“就地过年”等于“宅”，那就大错特错了！牛年春节，人们贡献了超78亿元票房的最“牛”春节档，逛遍各大文博场馆，在“微度假”“微旅游”中重新探索城市之美。

牛年春节文旅消费折射出，人们更加注重社交属性、文化传承和高品质体验，庞大的本地市场潜力成为我国文旅高质量发展的新动力。



人们在上海枫泾古镇游览观光(2月14日摄) 新华社记者 陈爱平 摄



最“牛”春节档领跑 “文化过年”热上加热

最“牛”春节档、文博场馆热热闹闹、“云文娱”“云演出”等精彩纷呈……今年春节，“就地过年”的倡议让很多中国人停下返乡的步履，也让“文化过年”热上加热。

——最“牛”春节档领跑文化市场。国家电影局18日中午发布的数据显示，2021年2月11日除夕至17日正月初六，全国电影票房达78.22亿元，继2019年59.05亿元后，再次刷新春节档全国电影票房纪录。灯塔研究院院长牧晨分析：“无论从影院排片、影片供给还是观众需求的维度来看，今年的春节档都是真正意义上的历史最强春节档。电影市场经历了停摆、复工、复苏，春节档的火热来之不易，不仅给行业以信心，同时也告诫从业者必须提供优质内容。”

——“下馆子”享文化大餐深入人心。今年春节期间，杭州的张女士带孩子一口气参观了全城数个博物馆、美术馆，她说，与过去的“热闹年”相比，现在过的是“文化年”。文化场馆也备足“年货”，开展形式多样、丰富多彩的活动，以满足公众需求。在上海，81家博物馆、近30家美术馆等推出100余场展览，上线300多个“云展览”，涉及历史文物、革命文物、自然科学标本等多个门类的藏品和展品。

——文化盛宴“云上”呈现。43部电影抢占首个网络电影春节档，一票难求的话剧《茶馆》《天下第一楼》《哗变》线上限时展播，享誉海外的肢体动漫剧《三个和尚》与孩子们“云过年”，携程、美团纷纷参与由文化和旅游部推出的“云游合家欢 就地过大年”活动、“云展现”祖国大好河山……很多年轻人把节省下来的路途与线下聚会时间，留给了“云文娱”“云演出”“云旅游”，以线上文化盛宴充实这个不回家的年。



“微度假”“微旅游”流行 生活中的“惊喜”更精彩

美团数据显示，春节假期超五成用户的理想出行距离为50公里以内。“就地过年”催生了以“微度假”“微旅游”为代表的大众旅游休闲新热点，在文旅深度融合背景下，人们享受“文化大餐”，感受团圆之乐。

北京市民徐女士和家人在市郊一家酒店“微度假”过春节，因为京郊风景优美，换一个环境可以彻底放松。徐女士并非个例，携程报告称，春节期间，上海、北京、三亚、广州、深圳、重庆等城市酒店订单量居前，这些城市的用户更倾向于通过“酒店度假”犒劳自己和家人。飞猪平台数据显示，受益于人

们的短程旅游休闲，电竞酒店、宠物民宿等的客单价实现30%至100%的涨幅。

周边游、“微旅游”有多活跃？上海市文化和旅游局副局长程梅红介绍，春节假期上海共接待游客492.16万人次，同比2019年恢复96%，其中上海本地游客占比81.55%；沪上170家主要旅游景区点7天累计接待游客612万人次，较2019年同期增长30%。而从全国范围来看，同程航旅数据显示，假期前6天，各地周边游整体环比涨幅达289%，部分城市周边游同比增长300%以上。

在城市“微旅游”中，人们收获着“新惊喜”。春秋旅游副总经理周卫红介绍，春节假期，该企业推出的上海本地旅游产品量较2019年春节旺季增长了1.5倍，“微游上海”产品增长了5倍，主题涵盖红色旅游、历史建筑、老牌酒店等。春节团队有80%是本地游，其中参团的游客有80%左右都是就地过年的人。

首次就地过年的东北女孩张玫绫和父母一起参加了探访上海工业遗存的“微旅游”，还逛了不少文博场馆。张玫绫说，因为都市深度旅游，自己更了解上海，也收获了别样的快乐新年。



重社交、重文化、重体验 文旅大餐如何时时丰盛时时新？

业界分析，从春节文旅消费来看，人们更加注重社交和情感表达、文化传承和高品质的体验感。

抖音平台上，用户拍摄了1.3亿个短视频给全国网友“云”拜年。“《你好，李焕英》看哭了”等话题为人们津津乐道。博纳影业集团董事长于冬说，优质的电影能更多地凝聚人心，带来更多喜悦和温暖。在线下，国家博物馆、首都博物馆等几乎每天都预约满员，山东博物馆大年初三还排起“之”字形长队，逛馆、看展等文化消费已成为公众文化生活必需品。

浙江省文化和旅游厅二级巡视员朱海闵分析，在春节等重要节假日，文化消费市场“线上线下”双重供给将成为常态，既推动文化消费市场的整体回暖，为人们带来丰富的精神文化享受，也将促进我国文化产业进一步实现高质量发展。

周卫红说，近程的“微旅游”走红折射出人们对自己熟悉的城市仍有探寻历史文脉、了解文化的诉求。一条串起上海苏州河沿线历史建筑和浦东现代建筑、展现上海城市发展历史的微游线路原定7天

游客总量为140人，因太受欢迎，旅行社不得不增加人手组织，春节期间共有约200人参与。“人们需要更多的高品质文旅产品。”她说。

中国旅游研究院院长戴斌建议，要适应大众旅游和小康旅游的新变化，善用科学技术、文化创意、艺术时尚来引领旅游业的高质量发展；理性引导周边旅游、乡村旅游、自驾旅游等近程旅游消费趋势，让旅游休闲更加深入地嵌入国民大众的日常生活，发现身边的美丽风景，体验日常的美好生活。

(新华社北京2月18日电)