

# 动能释放 活力彰显

## ——从“五一”假期看中国经济回升向好态势

五月的中华大地,山水如画,人潮涌动。街头巷尾,人气兴旺,烟火气中升腾火热消费;工地车响,繁忙有序,人们以昂扬之姿追逐奋斗梦想……这个假期,人流涌动起来,消费热起来,建设忙起来,处处展现中国经济强大活力和十足韧性。

### 热闹非凡,流动中国展现经济向好新气象

新疆克拉玛依市乌尔禾区,正午时分,随着一声发令枪响,130余辆越野车和20余辆摩托车引擎轰鸣,从世界魔鬼城景区达喀尔1号大本营飞驰而出,开启冒险之旅。

沿途经过雅丹地貌、戈壁荒漠、峡谷丘陵,体验到前所未有的冒险与激情。“奎屯方向机车俱乐部领队刘嘉乐说。

在贵州龙里河大桥的观光玻璃步道上感受惊险刺激,在河北邢台沙河市王硃村的红墙青瓦中品味历史韵味,在浙江湖州安吉县夏阳村的绿水青山间享受自然风光……这个假期,各地游客穿行于山水之间,感受大美中国。

文化和旅游部6日发布数据,今年“五一”假期,全国国内旅游出游合计2.95亿人次,同比增长7.6%;国内游客出游总花费1668.9亿元,同比增长12.7%。

交通运输部最新数据显示,今年“五一”假期,全社会跨区域人员流动量超13亿人次,日均27169.3万人次,比2023年同期增长2.1%。

国内旅游“多点开花”,国际旅游活力蓬勃。

5月4日,云南西双版纳, D85次列车缓缓驶出,向着老挝琅勃拉邦站进发。半个多月前,中老两国铁路部门决定在两城之间增开1对国际旅客列车,这是D85次列车迎来的第一个小长假。

今年“五一”假期,中老铁路发送旅客约38万人次,国际旅客列车上的跨境席位上座率约八成。

飞猪数据显示,出境游复苏加快,在去年大幅反弹的基础上,以接近翻倍的速度增长,其中自由行为出境游主流方式,占比

超过80%。假期的流动中国,人享其行、物畅其流。

满帮货运大数据显示,“五一”假期前一周,运往北京、上海、江苏、浙江等地的小龙虾运输量同比增长7.5倍,发往河南、甘肃、青海的牛肉量同比增长五成以上,湖南靖州苗族侗族自治县的杨梅发货量同比增长1.5倍……畅通的货运渠道,将各地食材送至大江南北,丰富千家万户的餐桌。

香港《南华早报》网站刊文称,中国在“五一”假期迎来一波强劲的旅游消费热潮,各行各业抓住这一机遇推动经济复苏,并通过一轮高强度的消费使中国经济焕发生机。

### 热力十足,假日经济激发消费市场新活力

音乐派对、潮流市集、啤酒音乐节……“五一”假期,四川成都西村大院利用户外开阔空间和错落有致的空中跑道,打造“音乐+啤酒+美食”的融合消费主题活动。逛集市、看球赛、享生活,假期里,这里成为年轻人潮流运动时尚生活聚集地,每天人流量超过7000人次。

“西村大院周边社区较多,这个假期也迎来一波新老顾客的小高峰,尤其是夜间消费的人更多了。”西村大院内的餐饮品牌“拾光与烟火”创始人毛奎林说。

“味蕾游”成为假期人们出游热门选择,带动各地餐饮消费火热。美团数据显示,假期前3天,全国餐饮堂食订单量较去年同期增长超73%。其中,成都、杭州、北京、重庆、上海位列全国异地游客堂食订单量前五城市。

此外,国潮、新潮玩乐的热度不断高涨。在陕西西安,人们沉浸式体验古法敲背、陶瓷绘画、蹴鞠游戏等多种特色休闲娱乐项目;在上海,人们在咖啡香中享受松弛感,在声光电密室中感受惊险刺激……滴滴出行数据显示,“五一”假期,异地出行需求环比上涨99%,休闲娱乐场景的打车需求上涨76%,旅

游景点的打车需求涨幅220%。

面对旺盛的消费需求,政府搭台,政策发力,各地推介“拼”创意,商品促销“拼”实惠,推动消费潜力持续释放。安徽省组织或引导重点商贸企业开展系列特色促消费活动400多场;黑龙江哈尔滨市推出“美食+旅行+文化”移动主题巴士;甘肃天水市发展汉服旅拍、非遗体验等新业态……

多重因素助推下,消费市场交出亮眼成绩单。据商务部商务大数据监测,“五一”假期全国重点零售和餐饮企业销售额比去年同期(4月29日至5月3日)增长6.8%;国家电影局数据显示,我国五一档电影票房达15.27亿元,观影人次为3777万;美团数据显示,“五一”假期前3天全国本地生活服务消费同比增长25%……

“今年‘五一’假期,出游消费增长幅度高于出游人数的增长幅度,这意味着不仅出去的人多了,消费也更多了,市场总体趋势持续向好。”中国旅游研究院院长戴斌说。

### 热忱满怀,砥砺前行彰显建设发展新活力

这个假期中,各行各业依然有许多劳动者坚守岗位、辛勤工作,以奋发有为的热情为经济社会发展贡献力量。

广西,绿色化工项目建设正酣。挖土、测量、打桩、开井……5月4日,在桂平市的广西心连心化学工业有限公司绿

色化工新材料项目施工现场,大型机械来回穿梭,施工人员、技术人员有序作业,一派热火朝天的景象。

“为确保5月底前完成项目用地的平整工作,假期公司1200多名施工人员日夜轮班作业。”广西腾越建设工程有限公司经理李桂斌说。

吉林,化工转型配套工程全力推进。“主变本体已就位,开始安装散热器。”5月1日,在中国石油吉林石化公司炼油化工转型升级项目施工现场,国网吉林供电公司数百名建设者组成多个班组,为项目新建的配套电力工程安装4台主变变压器附件。

“该工程将于6月底完成中期交付,节日期间我们不停工,全力保进度、保质量。”工程班组长孙志伟说。

脚步不停、干劲不减,生产车间内,人们为新订单、新任务不断抢抓进度。

“五一”假期第四天,安徽铜陵市的铜陵景昌铜制品有限公司宽厚板生产线上机器轰鸣,运输车辆来回穿梭,智慧控制系统有序调度。“按照每天生产600块宽厚板来算,这个

月可以完成11万吨的产能。”生产车间负责人陈阳对记者说,“五一”期间公司全员坚守岗位,每日科学排布生产计划,做好人员分工安排,为高质量完成全年生产任务打下坚实基础。

放眼全国,各地马不停蹄,为奋力开新局加速“奔跑”——

在黑龙江,广袤的黑土地上,春耕生产如火如荼,农人选良种、用良技、寻良法,让春耕更加科学、高效;

在广东,人工智能、量子信息、低空经济等领域企业赶订单、忙生产,为加快培育新质生产力、推动产业转型升级积蓄力量;

在山东,山东港口青岛港五大港区码头泊位爆满,新能源车、光伏设备、机电产品等货物通过海运出口,助力我国产业链供应链稳定畅通……

只争朝夕,奋力拼搏。人流物流川流不息,消费热情不断高涨,建设一线紧张忙碌……透过“五一”这扇窗口,一个踔厉奋发、拼搏向上的中国,正在不断释放新动能,彰显新活力。

## “上新”不断,“火力”不减

### ——“网红”城市“五一”文旅市场观察

“尔滨”出圈,“溜”赶“烤”、“天水麻辣烫”、榕江“村超”……“五一”小长假,风光正好,这些热门旅游城市有何新意?客流怎样?“网红”能否“长红”?新华社记者实地走访。

#### “网红”城市又“上新”

高达18米的大雪人,曾是冬日“尔滨”的流量担当。5月1日,哈尔滨冰雪大世界“上新”一个1:1还原的充气大雪人。这个占地近万平方米的超大充气城堡乐园开园首日,很多家长带着孩子前来体验趣味挑战和互动游戏。

“尔滨的繁花不仅在冬季绽放,四季都是‘花季’,我们要把‘好菜’端上来。”哈尔滨市文旅局局长王洪新说,日前“江鸥号”等三艘主题游船新亮相,带领游客畅游松花江,还能欣赏夜间灯光秀和无人机表演。在哈尔滨大剧院,老舍堂音乐厅、话剧、交响乐、芭蕾舞等轮番登场,“音乐之城”名不虚传。

在“村超”发源地贵州省榕江县,10余场足球比赛在假期火爆开场。1日,参加“村超”的首支非洲球队入场,相关短视频阅读量突破200万次。贵州“村超”新媒体传播负责人王永杰说,“我要上村超”、“约球到村超”、全民K歌和万人“村迪”等20多种新玩法,吸引各年龄段游客参与。

在新一轮“溜”赶“烤”中,地处淄博近郊的金岭回族镇晋升“网红”。一家烧烤店里,三四个游客围坐一桌,每人一个小马扎,羊肉、牛肉、板筋在炙烤中香味四溢。“我们早就联系好小羊肉、小面饼等货源,确保假期食材新鲜充足。”烧烤店老板王志鹏说。

“白加黑”超长待机,是不少游客的假期写照。为升级打造“夜经济”,甘肃省天水市将中心广场、东煜金街麻辣烫一条街等重要商圈、夜市进行串联,推出“名厨名师

制作夜”“现场制作互动夜”等餐饮夜场活动,甘谷辣椒、秦安花椒、武山粉条等农副产品走红。调整优化、延长时间的公交线路,也为游客夜间通行提供保障。

#### 文旅融合更“吸睛”

始于流量,不止流量。随着旅游业发展和消费升级,网红城市不断挖掘文化底蕴,打造特色项目,提升消费品质,为游客带来更多新鲜和惊喜。

秦腔音乐剧《麦积圣歌》、原创舞剧《一画开天》、大型室内情景体验剧《天水千古秀》……连日来,一系列文娱活动为“天水麻辣烫”文旅展演季拉开帷幕。当地还举办文创商品展销活动,发展汉服旅拍、非遗体验等新业态,深受年轻游客喜爱。

五一前夕,哈尔滨交通集团推出移动主题巴士,主打“美食+旅行+文化”的跨界融合,其主要停靠点包括中央大街、索菲亚教堂、中华巴洛克历史文化街区等热门景区。在车厢里,游客一边品尝红肠、格瓦斯等俄式美食,一边品味深厚的城市文化,邂逅流动的城市风光。

在榕江,除了足球赛,村寨里的斗牛比赛、侗族大歌、苗族芦笙舞等民族表演热度不减,露营烧烤、花海打卡、长桌宴等积攒人气,仅1日就有逾7万人涌入。在县城及周边地区,大桥上、榕树下、鼓楼边,随处可见穿着民族服饰拍照的游客。

“淄博,从来不止烧烤一张名片。”淄博市淄川区洪山镇党委书记仇慧说,全新改造的聊斋景区成为新的打卡点,《聊斋惊梦》体验馆、《夜话聊斋》夜游项目实现“文旅+科技”,奇幻的光影变幻带来视觉盛宴。在不远处的蒲松龄故乡蒲家庄,不少游客踏着青石板路寻访。

#### 多措并举促“长红”

面对假期“一房难求”等状况,“网红”城市不断发力。榕江县持续提升接待能力和“吃住行游购娱”服务品质,一批酒店和民宿产品在加紧

装修即将开业。天水市提前建立两区五县房源信息共享机制,引导部分游客入住邻近县区。

以应对“突发状况”的有益探索,逐渐成为常态化机制。天水市商务局成立“天水麻辣烫”服务保障工作领导小组,在假期前做好研判,及时引导游客有序分流。哈尔滨市坚持“露头就打、快查快处”工作机制,重拳打击出租车违法违规行。淄博市实行“首接负责制”“一日办结制”“即诉即赔”,优化涉旅投诉处置。

据介绍,榕江县正着力打造“以足球为媒,让文化搭台、用经贸发展唱戏”的平台,让“村超”成为“文体旅嘉年华”。哈尔滨从4月起持续推出“2024迷人的哈尔滨之夏”系列活动,吸引游客前来感受夏日“滨滨凉凉”。

美团研究院副院长厉燕巍等业内人士指出,文旅融合是旅游新模式,更承载着文化交流与传承,让文化在旅行中焕发新的生机。

5月3日,人们在哈尔滨防洪纪念塔广场观赏光影秀。

5月4日,游客在贵州省黔东南苗族侗族自治州榕江县“村超”足球场赛后欣赏篝火表演(无人机照片)。

## “五一”假期

### 国内旅游出游 2.95 亿人次

2024年“五一”假期,全国文化和旅游市场总体平稳有序。文化和旅游部6日发布数据显示,据文化和旅游部数据中心测算,全国国内旅游出游合计2.95亿人次,同比增长7.6%,按可比口径较2019年同期增长28.2%;国内游客出游总花费1668.9亿元,同比增长12.7%,按可比口径较2019年同期增长13.5%。

假期中,各级文化和旅游部门推出丰富多彩的特色旅游产品和文化活动,着力满足游客多元化和个性化需求。全国各级公共图书馆、文化馆(站)继续免费开放,因地制宜做好假日公共文化产品供给工作,积极开展“村晚”、广场舞、群众歌咏等各类群众文化活动。文化和旅游部启动“5·19中国旅游日”主题月活动和“文明旅游 美丽中国”主题活动,持续开展“旅游中国美好生活”国内旅游宣传推广。

文化和旅游消费有效释放,带动假日市场持续升温。“五一”假期,文化和旅游部举办全国“五一”文化和旅游消费周活动,会同中国银联实施2024年度“百城百区”文化和旅游消费行动计划,推出各类文旅消费惠民措施。县域旅游市场释放文旅消费新动能,越来

越多下沉市场旅游目的地受到欢迎,广西柳州、山东淄博、甘肃天水等城市受到游客关注,贵州西江千户苗寨、安徽宏村等乡村古镇深受游客青睐。远程旅游市场增幅明显。

文化和旅游深度融合,夜间经济活力满满。甘肃、江苏、陕西等地将演艺、非遗、文化遗产、美食等元素与旅游融合。故宫博物院、三星堆博物馆、殷墟博物馆等热门博物馆客流持续保持高位。已纳入监测的国家级夜间文化和旅游消费集聚区夜间客流量7257.58万人次,按可比口径较2023年“五一”假期同期增长6.9%。

随着航线恢复、入境便利化措施的落地以及互免签证国家数量的增多,入境旅游快速恢复。文化和旅游部数据中心客流大数据监测显示,“五一”假期入境游客合计达367.2万人次,其中入境游客177.5万人次,出境游客189.7万人次。

### 全社会跨区域人员流动量超 13 亿人次

记者6日从交通运输部获悉,2024年“五一”假期,全社会跨区域人员流动量为135846.27万人次,日均27169.3万人次,比2023年同期增长2.1%。

具体来看,铁路客运量9176.5万人次,日均1835.3万人次,比2023年同期增长1.4%;民航客运量997.1万人次,日均199.4万人次,比2023年同期增长8.1%;水路客运量695.67万人次,日均139.1万人次,比2023年同期增

长6.0%。

公路跨区域人员流动量124977万人次,日均24995.4万人次,比2023年同期增长2.1%。其中,高速公路及普通国道非营业性小客车人员出行量107592万人次,日均21518.4万人次,比2023年同期增长1.4%;公路营业性客运量17385万人次,日均3477万人次,比2023年同期增长6.5%。

### 全国重点零售和餐饮企业销售额同比增长 6.8%

据商务部商务大数据监测,2024年“五一”假期,全国重点零售和餐饮企业销售额比去年同期(2023年4月29日至5月3日)增长6.8%。

数据显示,“五一”假期,36个大中城市重点商圈客流量同比增长15.1%。商品消费方面,各地开展以旧换新系列活动,带动大宗消费稳步增长。商务部重点监测零售企业汽车、家电、家具销售额同比分别增长4.8%、7.9%和4.6%。线上消费较快增长,全国实物商品网上零售额同比增长15.8%。服务消费方面,商务部重点监测餐饮企业销售额同比增长7.1%,部分电商平台住宿销售额同比增长6%。

市场供应方面,生活必需品

供应总体充足,价格基本平稳。全国200家大型农副产品批发市场粮油、肉类、禽蛋、蔬果库存充足,粮油、猪肉、鸡蛋、水果平均批发价格与节前基本持平,蔬菜价格上涨0.4%。