

假日经济回暖 热闹背后看活力

“五一”假期就是一扇窗口，折射的是我国假日经济的不断发展变化，是中国市场和中国发展的巨大活力

□ 樊 曦 戴小河 王雨萧

2.3 亿人次出游、万亿消费释放、“云端”活力凸显……刚刚结束的“五一”假期，“活力”成为小长假的生动注脚。

返乡探亲、出行旅游，无论是回家团圆还是享受“诗和远方”，不断回暖的假日经济，蕴藏着中国市场和中国发展的巨大活力。

游：“诗和远方”热情释放

5月1日8时，在闭门谢客97天后，600岁的北京故宫迎来了它恢复开放后的首批游客。午门外，查验健康码、激活门票、一米线外间隔排队、红外测温……在工作人员引导下，游客鱼贯而入。

“早早就守在线上抢票，很幸运抢到了假期第一天的票。”来自四川成都的游客张女士说。为迎接“五一”小长假，故宫于4月29日晚间开放门票预约系统，短短12小时内，5月1日~5日的2.5万张门票全部售罄。

疫苗接种有序推进、经济持续复苏，让人们的出行热情在这个“加长版”假期充分释放。

假期第一天，北京八达岭长城购票人数就达到最高限量；上海外滩滨水区单日累计客流量突破42万人次，瞬时客流峰值达到6.1万人，均创历年“五一”同期历史新高。

同一天，全国铁路也创下史上单日旅客发送量最高纪录——1882.6万人次！在全国各大火车站，久违的黄金周“迁徙式出行”再度呈现。

来自文化和旅游部的统计显示，

“五一”假期，全国国内旅游出游2.3亿人次，同比增长119.7%；实现国内旅游收入1132.3亿元，同比增长138.1%。

“五一”假期，全国约1.2万家A级旅游景区对外开放，接待游客约4800万人次。广西象山景区“五一”假期向游客免费开放，大量游客前来打卡；四川稻城亚丁景区迎来成功创建国家5A级景区后首个客流高峰；全国各地游客慕名探访新疆天山景区，赏天山奇景感民族风情……

今年恰逢建党100周年，多地迎来红色旅游“打卡热”。上海中共一大纪念馆、江西于都中央红军长征出发地纪念馆等地红色旅游热潮涌动。

“不仅了解和学习党史，感悟红色文化，更增加了爱国主义情怀。”5月5日，在广州农民运动讲习所旧址纪念馆游客中心，甘肃游客王俊生“打卡”成功，高兴地领到了一本“广东红色文旅护照”。

在线旅游平台去哪儿发布的《2021“五一”假期出游报告》显示：今年“五一”假期出游全面超过2019年，创造多个新高，其中机票预订量较2019年增长超3成，酒店预订量较2019年增长超4成。

购：“买买买”潜力激发

“五一”小长假，上海南京路上，“进博商品集市”里游人如织。550平方米的空间内，集合了40个国家和地区的近万款特色商品和进博同款商品。

来自墨西哥的“爆款”咖啡味龙舌兰利口酒在高峰时段平均每20秒就能卖出一瓶，来自伊朗的羊毛挂毯“几乎是挂一条卖一条”……“进博商品集市”伊朗馆负责人博海向新华社记者表示，馆内上百罐藏红花在



华山景区西峰索道“华阴老腔团”在华山西峰之巅为玩家表演

新华社记者 陶 明 摄

“五一”第一天开门营业的数分钟内就被等候的消费者一扫而空，自己不得不一次次补货。

这个“五一”假期，消费“爆发式复苏”态势凸显。来自中国银联的数据显示，5月1日~4日，银联网络的交易金额达到1.5万亿元，较去年同期增长了5.3%，为历年同期最高值。

游客“买买买”热情高涨。海南离岛免税购物异常活跃，拉动消费增长效果明显。据海口海关统计，5月1日~3日，离岛免税购物金额达4.85亿元，购物人次6.54万，购物件数72.9万，同比分别增长215.24%、140.23%和222.79%。

在广州，线下百货零售业迎来“假日旺季”，全市各大商圈人流和消费都出现显著增长。“五一”假期，天河路商圈客流超1000万人次，同比2019年增长超过15%。

“五一”小长假期间，“云端”消费发力、“1+1>2”线上线下联动成为节日消费的新亮点。

饿了么发布“五一”消费报告显示，今年“五一”小长假前3天外卖订单量同比增长显著，创近5年来新高，酒店、景区等场所外卖需求有2倍以上增长。天猫超市数据发现，从上海下单，为河北农村老家人送老白干，或是从北京下单，为江浙农村老家人购买绍兴黄酒的订单明显增加，“人未到酒先到”成为年轻人“五一”回乡探亲的方式之一。

线上线下协同的新效应，在上海

多个知名地标发酵。天猫潮LIVE联合百联集团，将移动直播车开进了沪上潮流地标TX淮海1年轻力中心，带屏幕前的消费者探索潮店的魅力；盒马小长假期间在东方明珠下举办了数字生活节专场游园会，线下举办游园会、线上开设老字号专区，吸引了超过5万人次入场，带给消费者数字消费的新体验……

玩：文化活动受追捧

除了旅游，看电影、逛展会、打卡音乐节等活动，也成为小长假玩法新风尚。

今年“五一”档，《悬崖之上》《你的婚礼》《秘密访客》等10余部电影集中上映。

国家电影局5月6日发布的统计数据显示，5月1日~5日，全国电影票房达16.68亿元，纵观“五一”档，既有谍战片、悬疑片，也有喜剧片、动画片和情感类影片，题材和类型的丰富多样成为一大亮点。

走出影院，来趟穿越之旅？在山东，“2021蓬莱阁仙风汉服盛典”装扮最美“五一”。各朝代不同形制的汉服展示着丰富多彩、极具内涵的传统服饰文化，从花样爷爷奶奶，到妙龄少男少女，再到童真烂漫萌娃，年龄的跨越让巡游方阵散发别样魅力。

“打飞的打卡音乐节”是今年文旅消费的一大特色。大麦网数据显示，“五一”小长假期间，全国各地共计举办20余场音乐节，包括北京草

莓音乐节、常州太湖湾音乐节、武汉草莓音乐节等。这些音乐节的乐迷中超6成选择的是跨城观演。

汽车、家具家居等传统消费类展会，以及以文化创意消费为特色的动漫游戏展“燃爆”广州。5场大型展会吸引超过10万人次参与，现场成交额近20亿元，其中汽车消费超1.2万台，成交金额超17亿元。

5月1日，第26届萤火虫动漫游戏嘉年华在广州开幕，首日就有3万多人次参加，展会期间30多场活动场场火热。不少粉丝凌晨5点就开始在场外排队。

不仅白天，夜间美食、夜间观影、夜间阅读等夜间消费在假期人气也十分兴旺。无人售货小车、机器人餐厅、互动光影许愿墙……广州传统街区北京路步行街在假日期间迎来客流高峰。即使夜里12点，依然有不少人漫步在这条“千年商道”，度过美好的夜晚。

在江西瑞金市沙洲坝镇洁源村，由废弃矿厂改造成的演出场地上，灯光绚丽夺目，不时传来隆隆枪炮声……“五一”假期，夜幕降临，200多名村民现场演绎实景演出《浴血瑞京》，配合现代声光电技术，生动再现苏区时期战火纷飞的历史场景，让观众“穿越”回到革命年代的峥嵘岁月……

“‘五一’假期就是一扇窗口，折射的是我国假日经济的不断发展变化，是中国市场和中国发展的巨大活力。”中国旅游研究院院长戴斌表示。

重点推荐

山区“蓝嘴唇”患者就医何时不再难

有这样一群人，他们的嘴唇是蓝紫色，被医生称为“蓝嘴唇”。他们是肺动脉高压患者，因为缺氧气短，他们的心脏每时每刻都在超负荷运转，走100米就气喘吁吁，如同生活在空气稀薄的世界。更鲜为人知的是，就医走弯路和吃不起药，成了不少患者的心病。

在我国，肺动脉高压患者保守估算有500万~800万人，西部山区是高发地。因为是罕见病，公众对肺动脉高压知之甚少。业内人士期盼，社会在关注这个群体的同时，还需要减轻他们的就医负担，早日让西部山区的“蓝嘴唇”畅快呼吸、自由行走。

6版

时 评

做好旅游景区微改造

□ 褚子育

习近平总书记指出，要突出地方特色，注重人居环境改善，更多采用微改造这种“绣花”功夫，注重文明传承、文化延续，让城市留下记忆，让人们记住乡愁。这为旅游业发展提供了重要遵循。不断加强旅游业的微改造、精提升，既是当下提升游客体验的必要之举，也是旅游产业长远发展的重要前提。

任何工作都应该有鲜明的问题导向。微改造不是为改造而改造，而要指向旅游业的痛点难点和百姓的诉求愿望。对比高质量发展要求，各地旅游基础设施目前仍存在“重建设、轻维护”“不经看、不耐看”等现象。公共厕所提升、垃圾日清日净、设施安全等问题关乎景区的服务水平。聚焦相关问题，倾听游客心声，重视体验反馈，打造管理闭环，才能不断推动旅游业迭代升级。

微改造要把数字化作为重头戏、主抓手。事实证明，旅游业不少问题可以向数字化要答案。比如，预约管理、客流引导、线路设置、线上导游、人工智能客服等服务，都离不开数字化改造。这就需要进一步布局新基建，着力打通数字壁垒，消除旅游与交通、公安、环境等部门间的“数字鸿沟”。此外，还应不断推进旅游景区“预约、限流、错峰”全覆盖，搭建线上管理系统，实现微改造项目入库管理。

微改造的精髓在于一个“微”字，在于把“绣花”功夫做足。也就是说，要善用小变化、小改造、小更新，提升居民获得感。比如，温州瓯海的山根小镇，原本是城中村，通过微改造成了休闲街区。在微改造中，要沉下心去，细心打磨，多打造品质化、多样化、碎片化的消费场景，多探索微创新，不搞大拆大建，不搞劳民伤财的政绩工程。

有研究显示，人均GDP突破1万美元，旅游业就将进入爆发式增长期。《人民日报》对此发表评论，随着人民生活水平不断提高，文旅发展大有可为。在新冠肺炎疫情常态化防控背景下，以周边休闲度假为主的“微旅游”正蓬勃兴起，旅游业仍大有可为。注重实干、追求实效，把景区微改造、精提升的工作做实做好，必将为人民群众带来更多获得感。



春日萨普雪山

位于西藏自治区那曲市比如县境内的萨普雪山，冰川壮丽，湖泊宁静，草场丰美。近年来，随着交通条件的改善，越来越多的游客来到萨普雪山，领略这里的壮美风光。图为那曲市比如县境内的萨普雪山。

新华社记者 孙瑞博 摄

民生看台

“我要去西藏”

旅游业带动雪域乡村融入市场大潮

□ 春 拉 柳新勇

4月的藏北那曲，雪花依然漫天飞舞。西藏那曲市聂荣县尼玛乡铜龙村，海拔约4700米，笔直的村级主干道和两旁整齐的牧民安居房尽头，两座现代藏式风格的温泉大楼映入眼帘，楼前停靠的各类汽车，静静地诉说着这里别样的“繁华”。

这是铜龙村“一村一合”附属温泉旅游产业兴起后的景象。尼玛乡乡长史宗斌说，玉泽温泉是世界上海拔最高的地热温泉之一，目前铜龙村玉泽温泉合作组织服务项目包括大型泳池、温泉治疗房、餐饮、住宿、商店等内容。他说：“2020年，合作社收益达169万元，除去支出、预留发

展资金，为全村参与合作社的75户、358人发放分红90万元，平均每户1.2万元；发放劳务工资20万元。”

冒着阵阵热气的蓝色温泉池边，刚忙完场地清洁轮值工作的牧民吉达告诉新华社记者：“除年底分红以外，我们村民还轮流在岗服务，每次值班一个月，收入500元，其余时间各自照常放牧、外出务工，生活好了，村里也热闹了。”

尼玛乡铜龙村“冰天雪地”里“热气腾腾”的村集体旅游产业，仅仅只是西藏乡村旅游业融入市场经济大潮的一个缩影。

数据显示，截至目前，西藏已拥有A级景区127处，各类旅游企业2747家；已具备旅游接待能力的乡

村旅游点超过300个、特色旅游小镇26个、家庭旅馆2377家，全产业固定资产超过200亿元。

西藏自治区旅游发展厅厅长王松平说，“十三五”期间，西藏累计接待国内外旅游者15.763.26万人次，完成旅游收入2125.96亿元，分别是“十二五”时期的2.3倍和2.4倍，带动7.5万建档立卡贫困人口实现脱贫。

为进一步推动旅游经济发展，2018年西藏全面拉开“冬游西藏”活动，实行景区门票全免、诸要素价格捆绑优惠等政策，有效破解旅游“半年经济”瓶颈。同时，西藏通过“旅游+”“文化+”“互联网+”“红色+”等产品的创新升级，带火了一批诸如雪顿节、雅鲁文化节、羌塘赛马节、

珠峰旅游文化节等别具地方特色、民族风情的旅游产品。

在海拔较低的西藏东部，早已是另一幅春日景致。刚刚落下帷幕的林芝市桃花节吸引了超过52万人次的游客不远千里一睹藏东春色。期间，林芝市区及周边宾馆酒店、家庭旅馆均出现“一房难求”的火爆景象。在林芝市米林县索松村，四川游客胡武手机端相机，努力屏住呼吸，“咔嚓”——随着快门按下，他终于心满意足地“捕捉”到了心中最美的南迦巴瓦峰。

“索松村山好、水好，不仅能看美丽的桃花，还可以看到南迦巴瓦峰，特别令人震撼。这次我和朋友们准备在西藏游玩十几天，索松村

是我们的第一站。”胡武说。

索松村第一书记赵虹云表示：“我们村有128户424人，因为村级旅游经济发展得好，目前村里没有外出务工人员，因为大家都投入到了家门口的旅游餐饮、住宿、娱乐、购物等服务中。每年旺季，村里人手不够，还得到其他村‘招兵买马’。”

数据显示，2020年，西藏乡村旅游接待游客1061万人次，实现收入12.17亿元，旅游业带动农牧民转移就业25.9万人次，实现总收入6.3亿元。

“我们这里海拔高，地理位置相对较偏，目前主要以本地游客为主。”史宗斌说，起于江苏省，途经安徽、甘肃、青海等省至西藏的345国道很快就要修通了，“到那时我们村的旅游产业一定会更加红火。目前，我们计划打造涵盖温泉、帐篷林卡、赛马等一系列民俗特色的文化休闲旅游产业，让村民进一步念好‘游老板’的生意经。”

民生视窗编辑部

主任:王 志

执行主编:陈淳安

编辑:王冰洁

新闻热线:(010)56805252

监督电话:(010)56805167

电邮:whzk619@163.com