

春节期间四川餐饮消费火爆

基本恢复到2019年同期水平

华西都市报讯(记者 易弋力)1月27日,华西都市报、封面新闻记者从四川省商务厅获悉,2023年春节期间,全省餐饮消费已基本恢复到2019年同期水平。团年饭聚餐火热、旅游餐饮消费旺盛、线上线下持续融合、川味预制菜走俏等,让四川餐饮业在这个春节火了一把。

据监测,春节期间成都20个重点餐饮品牌的30个门店人流量同比增长210%,营业收入同比增长45%-120%不等。其中,柴门推出5个档次的团年饭产品,旗下12家门店的包间到大年十五全部订满;红杏酒家(明珠店)每天满席,翻台2-3次;大龙焄、蜀大侠、大妙、小龙坎等火锅店营业收入大幅回升,再

现超长排队打卡就餐场景,吼堂火锅创下了单日排队4000单的历史最高水平。

这个春节,不少游客选择在四川过年,由此也推高了旅游餐饮消费。美团数据显示,春节期间四川异地消费者占比约三分之一,贡献了47.6%的消费,同比增长43%。

分市州看,成都市将美食融入公园城市场景,推出2023美食嘉年华活动,举办“兴隆福·春市”、塔子山新春游园会、北湖生态公园新春欢乐购等活动,拉动相关区域餐饮消费同比增长约30%。自贡市举办第十四届盐帮美食文化节,发放1000万元餐饮、文旅消费券。鲜锅兔、蘸水菜等盐帮特色风味餐厅大受欢迎,部分餐厅翻台超3轮,上座

率和营业额较前期提升60%。乐山苏稽古镇开展“品味苏稽,在‘嘉’过年大拜年”活动,吸引众多游客前往打卡“跷脚牛肉”“米花糖”等老字号美食。据悉,古市香跷脚牛肉每天接待消费者超过6000人。

线上线下持续融合,成为这个春节餐饮消费的亮点之一。四川省商务厅在美团开设“味美四川”品牌馆,一键直达21个市州、1366家天府名菜体验店。美团上万家餐饮商户“新春不打烊”,投入补贴千万元,开展系列春节大促活动。

数据显示,春节期间,四川生活服务业线上消费规模排名全国第3位,同比2019年增长102.7%,其中餐饮消费约占30%。成都万象城、大悦城,自贡

中华彩灯大世界,乐山市烟火嘉州城,绵阳市绵阳记忆等重点商圈(景区)餐饮商户占比超5成。春节期间,全省线上餐饮消费规模同比2019年和2021年分别增长59.8%和329.4%。

川味预制菜正成为大众餐饮的重要选项。据统计,东坡肘子、东坡扣肉、粉蒸肉、毛血旺、酸菜鱼等川菜预制菜销售火爆,伊藤洋华堂、盒马鲜生店等推出的预制年菜备受消费者青睐。王家渡食品春节期间预制菜销量预计将超过2000万元。遂宁在宽窄巷子举办“川味预制菜产品展示品鉴活动”,九大碗、状元猪蹄、坛子肉等受到市民热捧,单日销售超过11万元。达州、雅安等地半成品、预制品特色川菜销售同比增长40%以上。

转眼七天假期结束,你的春节时光如何度过?是穿梭在各大博物馆之中,忙着“打卡”来自世界各地的奇珍异宝,感慨苏东坡罕见传世真迹的齐聚;还是坐在图书馆一隅,翻阅喜爱的书籍,在安宁的书香中享受属于自己的阅读时间……

重磅大展不停、文化活动丰富……

近四百万人次春节在川“文博游”

其实,无论是行走在人头攒动的博物馆,还是安坐在宁静的图书馆中,不难看出文博的热潮,正在蜀地之上蔓延开来。在近几年成为“热搜顶流”的三星堆博物馆、齐聚了三件苏轼真迹的四川博物院、被18组大型主题彩灯点亮的金沙遗址博物馆、用广府外销扇带来“中国风”的成都博物馆……重磅的展览不断,精彩的新春活动纷呈,不少人穿梭在博物馆和图书馆中,度过了充满“文艺范”的兔年春节。

据四川省文化和旅游厅统计,在2023年春节假期,全省图书馆、文化馆、博物馆共接待397.34万人次。

展览火热

博物馆中新春活动不停

三星堆博物馆连续4天门票售罄,四川博物院连续3天接待超过1万人次,成都博物馆初三、初四连续每天超过2万人次……从省文旅厅公布的数据来看,“文博热”的确在四川越发旺盛。

齐聚了《潇湘竹石图》《洞庭春色赋·中山松醪赋卷》《阳羨帖》三件苏轼真迹的四川博物院,此次的跨年大展可谓“未展先火”,吸引着全国各地的“苏迷”前往。在重磅展览举行的同时,馆内更有文博版话剧《苏东坡》、迎春送福



天府人文艺术图书馆活动现场。(受访者供图)

写春联、春节十二月市等丰富活动来袭,令人目不暇接。据数据统计,春节假期四川博物院共接待观众近6万人次,单日最高1.2万人次。

成都博物院的“百年无极”和“广府外销扇”等精彩展览,同样让人目不暇接。一幅长达20米的长卷《公园城市·幸福成都》,在馆内的公共空间铺开,更带给了观众博物馆新春雅集的体验。据成博相关负责人介绍,春节假期接待

观众突破10万人次,客流量在大年初三、初四达到峰值。

不仅川博、成博火热,金沙遗址博物馆举行的2023金沙太阳节,也成了不少成都人过年的“保留项目”。截至1月27日(正月初六)15点,春节黄金周期间金沙遗址博物馆共接待观众超16万人。其中,文创板块更是屡创新高。金沙文创负责人表示,从大年初二至大年初五,金沙文创连续4日单日销售突破

10万元大关,大年初五更是以单日17万元销售额创下新纪录。“截至目前,太阳节期间金沙文创销售额已达74万元,相比疫情前的2019年同期增长近一倍。”

书香悠长

图书馆里点亮阅读之灯

不仅博物馆中游客如织,在图书馆安静的氛围中,人们同样用知识文化的汲取,度过兔年的新春。据成都图书馆数据显示,春节期间,先后共有近5万名读者走进成都图书馆及主题分馆天府人文艺术图书馆。

书香不光在线下弥漫,在线上同样可以收获阅读的力量。为了丰富读者阅读体验,成都图书馆开展了一系列包括数字资源推广、线上答题、书法作品投票等多类型的线上阅读活动,共有近10万名读者享受到成图的线上阅读服务。

“为满足春节期间成都读者及外来游客的精神文化需求,陪伴大家度过一个充满书香气息的新年,春节前,我们便将天府人文艺术图书馆的每日入馆名额调整到了7000人,同时积极为读者营造出优雅舒适的读书环境,让广大读者能够度过一个有意义的春节。”成都图书馆阅读推广部主任王承佳说。

华西都市报-封面新闻记者 李雨心

春节新年俗:超1.2亿人次走进影院

春节档票房破68亿元 成都是第三大“票仓”

华西都市报讯(记者 杨帆)红红火火的2023春节档终于落下帷幕。截至1月27日晚10点,据猫眼专业版实时数据,2023春节档(1月21日-1月27日)全国电影总票房突破68亿元,观影人次超1.2亿。其中,《满江红》(26.7亿元)《流浪地球2》(22.1亿元)和《熊出没·伴我“熊芯”》(7.7亿元)分列档期内票房前三名。此外,春节档出票量1.26亿张,总场次264.6万场。

春节档是中国影市一年当中最重要的档期,从2018年开始,几乎每年春节档的票房体量都超过50亿元(排除新冠疫情刚暴发时的2020年),比如2018年春节档67.71亿元,2019年春节档59.05亿元,2020年春节档1840.42万元,2021年春节档78.43亿元,2022年春节档60.4亿元。2022年对中国影市来说也是比较难熬的一年,但经历了坎坷之后,中国电影人终

于在这个兔年春节交出了比较优异的“成绩单”。

业内人士认为,2023年春节档票房的良好表现,除了六部影片质量过硬,《满江红》和《流浪地球2》挑起票房大梁外,还有一个重要原因,看电影依然是中国人过春节的新年俗,在观影刚需的刺激下,营业影院恢复较快。以大年初一为例,有票房收入的影院达11544家,影院数已经恢复到2022年大年初一

的98%。

根据猫眼提供的省份与城市票房排名,截至1月27日18点50分,春节档票房前五名的省份依次为江苏、广东、浙江、山东、河南。按城市票房榜来看,成都仅次于上海和北京,跃居第三,有280万成都人在春节期间走进影院,并贡献了1.4亿元票房。城市票房榜第四是重庆,这足以证明成渝两地观众对电影的爱就像火锅那般热烈。