



# 春节假期四川消费市场火爆 550家重点商贸企业销售额达43.4亿元

2024年春节假期(2月10日至17日),四川消费市场火爆。据商务厅监测,全省550家重点商贸流通企业实现销售额(营业额)43.4亿元,同比增长10.9%,较2019年同期增长23.2%。银联商务数据显示,全省线下共发生消费金额近1000亿元,同比增长超6%,消费笔数超3亿笔,同比增长超25%。

## 潮流年味新意足 零售额同比增长5.9%

春节期间,全省各大商圈、购物中心围绕国潮美学,打造各式“龙”元素装置,营造浓厚节日氛围吸引客流,百货销售增长明显,商品消费稳定增长。据商务厅监测,412家零售企业实现销售额30.1亿元,同比增长5.9%,较2019年同期增长18.4%。

成都春熙路商圈、交子公园商圈、大源商圈纷纷打造龙年主题艺术装置,吸引市民、游客打卡。春熙路商圈销售额同比增长28.1%,客流量同比增长27.8%;成都市215条特色商业街区客流量达1612.3万人次,同比增长63.5%,营业额同比增长215%。

消费新场景加速释放新动能。春节期间,全省40个消费新场景吸引客流超1200万人次,实现销售额7.74亿元。其中,乐山张公桥日均接待消费者超5万人次,实现销售额400万元。遂宁船山区“犀牛老街”一刻钟便民生活圈、安居区海龙凯歌文旅园区、河东新区西部唐都、蓬溪县红海本草康养度假区等4个消费新场景累计接待消费者超过60



第30届自贡国际恐龙灯会游人如织。易弋力摄

万人次,拉动消费超过1亿元。

为深度撬动消费市场,节日期间全省多地发放消费券助力,大宗消费成为一大亮点。监测数据显示,节日期间全省汽车类、家电类商品销售额同比分别增长7.4%、21.2%。

## 餐饮消费高位增长 美食经济“一路飘红”

新春佳节,团圆聚餐、外出游玩成为餐饮消费主力,各地餐厅也联合平台线上线下齐造“市”,有效激发市场潜力。

据商务厅监测数据显示,138家餐饮企业节日期间实现营业收入13.3亿元,同比增长23.5%,较2019年同期增长64.3%。其中,自贡持续打造盐帮特色餐饮,推出“盐文化之旅”“恐龙探秘之旅”“灯城风采之旅”“世界地质公园之旅”“古今结合之旅”等5条特色美食线路,每条线路均安排特色餐饮店5至10家,以鲜锅兔为代表的鲜香系列平均每天翻台7轮以上。广元剑门豆腐宴、剑门土鸡宴等特色餐饮翻台率较平常上涨3倍。攀枝花盐边县打造首届“烧烤节”活动,累计吸引客流量超10万人

次。

有人选择边游边吃,有人则选择宅家聚餐,网络订制年夜饭成为一种时尚过节方式。据美团平台数据显示,节日期间上线年夜饭堂食套餐的餐饮商户数量增长近4倍,相关套餐订单量增长超200%;成都日均线上餐饮消费同比增长35%,较2019年春节增长150%,居全国第四。

## 成都酒店预订量 同比2023年增长超7倍

节日期间,四川文博游、冰雪游、乡村游、祈福游、古镇游等成为出游潮流。

据携程平台数据显示,成都跻身国内热门旅游目的地前5位,有关“成都春节旅游攻略”的打卡笔记高达164万余条。九寨沟、青城山-都江堰、峨眉山、四姑娘山、黄龙等重点旅游景区游客接待人数创新高,峨眉山景区、乐山大佛景区、瓦屋山景区等热门景点连续多日门票售罄。

此外,全省各地推出民俗展演、花灯庙会、非遗集市、古城年味等系列具有本土性和原创性的文化惠民活动,赏花灯、逛庙会、观非遗等成为新潮流。全省图书馆、文化馆、博物馆累计接待群众超过890万人次。

成都市整合商文旅各类资源,吸引外地游客,成都酒店预订量同比2023年增长超7倍,“夜游锦江”项目累计接待游客超25万人次,营业收入较2023年同期增长近50%,创历史新高。

华西都市报-封面新闻记者 易弋力

# 刷新纪录 春节档票房突破80亿元

龙年春节电影市场“红红火火”迎来开门红。截至2月17日21时,春节档(2月10日—2月17日共8天)档期总票房突破80.2亿元,刷新中国影史春节档票房纪录。

截至发稿前,《热辣滚烫》位列票房榜冠军,票房已破27亿元,《飞驰人生2》紧随其后,票房24亿元。《熊出没·逆转时空》《第二十条》单片档期票房均超过10亿。

大年初四,孙女士带着一家老小走进影院观看电影《热辣滚烫》。“春节前就看到了相关影片的宣传,家人也很期待,所以我们早早买好了票。”孙女士说,每年春节和家人一起看电影,不仅增添了过年的仪式感,也增加了全家人的共同话题。

“今年春节档上映的电影类型多

样,质量也比较均衡,能满足不同观众群体的观影需求,电影市场整体很红火,影院上座率也比较高。”上海大学上海电影学院副院长张斌说,“其中排名靠前的《热辣滚烫》《飞驰人生2》《熊出没·逆转时空》等几部电影,评分也比较高,整体口碑好。”

从节日氛围感看,今年春节档够喜庆。不论是笑料管够的《飞驰人生2》,还是合家欢动画《熊出没·逆转时空》,都为这个新年带来欢声笑语。今年春节档上映的影片中,不少涵盖喜剧元素,提升了新春氛围感。“高品质的影片拉动更多观众走进电影院,有些影迷多次观影,在电影院里‘欢笑过年’。”灯塔专业版数据分析师陈晋说。

从题材类型来看,今年春节档够生活。相比以往的春节档,今年的影

片类型少了历史、科幻等题材,多了对现实社会与个人命运的关注,多部影片聚焦现实主题,以贴近生活的温暖讲述引发观众对当下热点话题的思考。“比如《热辣滚烫》讲述主角如何找到自我,学会爱自己,其中‘想赢一次’的滚烫情感引起了观众的共鸣。”影视行业从业者宁昕说。

春节档为2024年电影市场的发展开了一个好头。灯塔专业版数据显示,2月15日21时38分,2024年春节档总场次(含预售)突破375万场,刷新中国影史春节档总场次纪录。“从今年春节档的表现来看,好电影不缺观众,能否不断给观众提供高质量的电影,才是未来电影市场持续走热的关键。”张斌说。

综合新华社、澎湃新闻

## 春节假期 全社会跨区域人员流动量 预计超23亿人次

记者17日从2024年综合运输春运工作专班获悉,2月10日至17日(农历正月初一至初八,春节假期),全社会跨区域人员流动量预计累计23.11亿人次。

具体来看,铁路客运量预计累计9959万人次;公路人员流动量预计累计21.84亿人次,其中高速公路及普通国道非营业性小客车人员出行量预计累计19.98亿人次,公路营业性客运量预计累计1.86亿人次;水路客运量预计累计940万人次;民航客运量预计累计1804万人次。

17日,2024年综合运输春运工作专班也发布了16日(春运第22天,农历正月初七)的出行数据,全社会跨区域人员流动量约30846万人次,比2023年同期增长34%。其中,铁路客运量1528.8万人次,比2023年同期增长25.1%;公路人员流动量(包括高速公路及普通国道非营业性小客车人员出行量、公路营业性客运量)28961万人次,比2023年同期增长34.4%;水路客运量121.6万人次,比2023年同期增长32.5%;民航客运量234.9万人次,比2023年同期增长42.2%。

春节假期已近尾声,各地陆续进入返程高峰。各地交通部门多措并举,坚持守牢安全底线、充实运能运力、细化服务措施、提升服务品质,让春运返程更安全、更便捷、更温馨。

据新华社

# 目的地广州 成铁开行首趟返岗务工专列

华西都市报讯(记者 曹菲)2月17日,大年初八,春节假期最后一天。上午7点03分,G3707次“点对点”川粤劳务协作高铁专列驶出成都东站,开往云南威信站接送556名务工人员返回广州。这也是中国铁路成都局集团在2024年开行的首趟返岗务工专列。

9时52分,556名川籍返岗务工人员抵达威信火车站,铁路工作人员及威信县人社部门工作人员手持“返岗复工,开工大吉”、“龙行龘龘,前程朤朤”、“春暖返岗务工路,温馨服务伴您

行”等牌子,向务工人员送上问候和复工伴手礼。简短的欢迎启动仪式后,返岗务工直通专列发车,将务工人员“点对点”送往各厂区岗位。

据了解,这些务工人员已经在当地参加了招聘会并且确定了就业岗位,此次务工专列由地方政府出资承担,供定岗务工人员免费乘坐,安排专人专车接达威信高铁站,专列将返岗务工人员送至前期应聘的各厂区就业,让大家切实感受到“出家门,上车门,进厂门”外出务工省心安全又

便捷。

“为了让务工人员舒适乘车,我们列车上新增了便民服务箱,里面放置了口罩、充电线、常用药品等出行必备物品;列车上还准备了多款经济实惠的盒饭套餐供务工人员扫码选择。”G3707次列车长陈亮介绍。

据了解,国铁成都局还将在2月15日至3月5日之间,针对西南地区至瑞安、金华、永康、温州等方向务工人员开行多趟务工专列,助力新年一季度经济“开好局”。