



春节假期超4亿人次国内游 花费6326亿

2024年春节假期盘点：出游热、消费旺、年味浓

多地景区门票售罄，庙会大集人潮涌动，热门餐厅排起长龙，电影票房刷新纪录……刚刚结束的春节长假，国内旅游出游4.74亿人次，总花费6326.87亿元，春节档票房突破80亿元。鲜活滚烫的数字背后，是热闹红火的消费场景，是“欢欢喜喜过大年”的幸福图景，也折射出中国经济的活力。

全社会跨区域人员流动量 累计22.93亿人次

2024年综合运输春运工作专班的数据显示，今年春节假期（2月10日至17日），全社会跨区域人员流动量累计22.93亿人次。

具体来看，铁路客运量9946万人次；公路人员流动量21.66亿人次，其中高速公路及普通国道非营业性小客车人员出行量19.80亿人次，公路营业性客运量1.86亿人次；水路客运量941万人次；民航客运量1799万人次。

在河南，定制客运解决了人们出行“最后一公里”的难题。为满足春运出行个性化需求，河南省交通运输服务部门鼓励客运企业在现有开行班线基础上，开展定制客运服务，加大运力投入，实现“门对门”“点对点”一站式服务。目前，豫州行定制客运已覆盖河南全省，累计开通定制客运线路230条，定制车辆将近1700台。

不少人选择春节自驾，各地强化服务保障。吉林省交通运输服务部门在京哈高速公路主线德惠、陶赖昭等服务区临时增配移动充电车辆，为服务区附近的新能源汽车进行应急充电。“车给车充电我是第一次用，操作挺方便的，再也不怕没开到服务区就电量低了，心里踏实不少。”车主李先生说。

针对春节期间的出行高峰，各地各部门统筹做好雨雪冰冻、大雾等恶劣天气应对准备，通过加大重点时段、热门航线运力储备和供给，加开车次等服务保障好出行需求，同时加强出行信息引导。

旅游成为“新年俗” 多个景区“人从众”

经文化和旅游部数据中心测算，春节假期8天全国国内旅游出游4.74亿人次，同比增长34.3%，按可比口径较2019年同期增长19.0%；国内游客出游总花费6326.87亿元，同比增长47.3%，按可比口径较2019年同期增长7.7%；人出境旅游约683万人次，其中出境游约360万人次，入境游约323万人次。

文化和旅游部相关负责人表示，2024年春节假期，受政策、供给、宣传等多种利好因素影响，城乡居民出游意愿高涨，出游人次和出游总花费等多项指标创历史新高，文化和旅游市



▲ 2月17日，旅客从北京南站出站。 新华社发



▲ 2月13日，游客在哈尔滨太阳岛雪博会园区内体验冰雪娱乐项目。 新华社发



▲ 2月18日，观众在贵阳市云岩区益田国际影城离场时讨论剧情。 新华社发

场安全繁荣有序。

——国内游“南北互动”。在哈尔滨、长春、沈阳等地感受冰雪，去三亚、海口、广州等地温暖避寒。相关平台数据显示，春节假期，跨省游订单占比57%，同比去年翻倍增长，“冰雪游”“避寒游”最为火爆；“古都游”也备受青睐，预订量同比去年增长115%。

“我专门换上汉服来看秦淮灯会，莲花灯、生肖龙灯都好震撼。”河南游客小陈大年初二和爸妈来到南京，开启古都“穿越”之旅。

——定制需求增多。今年春节假期，高品质文旅产品需求更旺盛，自由、个性化的定制游显著增长。携程数据显示，定制游订单同比增长超5倍，西安、丽江、闽中等地区的年味主题定制线路今年春节订单同比增长超10倍。

此外，人出境旅游复苏加快。飞猪数据显示，出境游热门目的地正由“4小时飞行圈”向“12小时飞行圈”拓展，过半

热门海外目的地订单超过2019年同期。

“今年春节旅游市场消费规模呈现旺盛活力，各地旅游需求延续强劲增长势头。”北京第二外国语学院首都文化和旅游发展研究院执行院长厉新建认为，多样旅游产品叠加传统节日体验，打造出“开开心心旅游去，欢欢喜喜过大年”的浓厚氛围。

线上线下火热 消费潜力进一步激活

“忙得脚不沾地。”成都吼堂老火锅的一位店长感慨。春节假期，她所在的门店平均每天翻台九到十轮以上，美团平台上排队等位上千桌。

连日来，各地餐饮门店“热气腾腾”，餐厅门前排起长龙，不断刷新叫号提示。美团、大众点评数据显示，春节假期前5天，全国多人堂食套餐订单量较去年增长161%。

据商务部商务大数据监测，春节期

间，全国重点零售和餐饮企业销售额同比增长8.5%，绿色有机食品、金银珠宝销售额同比增长20%左右；重点监测大型连锁超市即时零售销售额同比增长近10%，重点监测餐饮企业销售额同比增长17%。

重庆新世纪百货推出集平台补贴、商家折扣等多重优惠为一体的“潮聚中国年”主题促销活动；在安徽，老凤祥银楼上百家门店春节期间在美团直播间派送优惠福利；KTV里吃火锅、足疗店里看电影、游戏厅里抓娃娃，传统年味与多元业态结合，夜游、夜展、夜食、夜购、夜演等夜间消费业态不断升温。

“新潮”是消费关键词——马面裙、新中式等服饰成为爆款，车厘子、帝王蟹等更多进口“洋味道”出现在年夜饭中，洗碗机等智能产品销售快速增长。春节叠加情人节，京东数据显示，近期鲜花包裹寄递量较此前上涨3倍。

国务院发展研究中心市场经济研究所研究员陈丽芬认为，各地促消费重点聚焦具有消费增长潜力的传统大宗消费和新型消费领域，同时依托本地特色优势，打造出多元化消费场景、多层次消费体验。

春节档电影票房破80亿 “文化大餐”精彩纷呈

春节档电影票房突破80亿元，各大博物馆一票难求，非遗民俗表演现场人头攒动……主题多样、精彩纷呈的文化活动，丰富了年味浓郁的春节假期。

根据国家电影局初步统计，2024年春节假期全国电影票房为80.16亿元，观影人次为1.63亿，相比2023年春节假期票房和人次分别增长了18.47%和26.36%，均创造同档期新纪录。

中国艺术研究院教授支菲娜认为，《热辣滚烫》《飞驰人生2》《第二十条》等影片聚焦现实题材，呼应受众期待，让观众在龙年伊始充分感受到快乐、感动和正能量，推动票房持续走高。

灯塔专业版数据分析师陈晋介绍，今年三四线城市票房份额较去年显著提升，家庭观众数量增长明显。沈阳市民杨荣文全家一起观看了《飞驰人生2》，“电影很好看，回来路上我们还在讨论，春节看电影已经成为了习惯”。

观展览、看文物、赏民俗，全国各地“博物馆过大年”活动如火如荼。在江西省博物馆看“御瓷归来”主题特展，在广东博物馆寻祥龙、印版画、拓纹饰、集印章，甘肃简牍博物馆联动洞窟沉浸式体验剧《乐动敦煌》再现丝路重镇2000多年前的模样……

大街小巷张灯结彩，特色庙会、展演好戏连台，各具特色的地方文化与年味创新融合，欢声笑语中寄托着人们对美好生活的期待。

据新华社

春节日均网络支付交易1.25万亿元

记者18日从中国人民银行获悉，2024年春节从除夕到大年初八，网联清算公司和中国银联日均处理网络支付交易26.3亿笔，金额1.25万亿元，较去年春节期间，日均分别增长18.6%和8.0%。

数据显示餐饮、住宿、旅游、零售、影视娱乐等消费场景尤其受到青睐，交易金额和笔数同比增长明显。 据新华社

春节假期全国投递快递包裹超6.41亿件

国家邮政局监测数据显示，今年春节长假期间（2月10日至17日），全国快递业投递快递包裹超6.41亿件，日均投递量与2023年春节假期相比增长82.1%。一份份寄往老家的礼品，寄托了游子的牵挂和乡愁；一件件从故乡寄来的年货，承载了亲朋的思念和祝福。互寄年货已成为人们欢度

新春的方式。数据显示，自春运开始以来（1月26日至2月17日），全国快递业揽收快递包裹56.55亿件，较2023年春运同期增长30.8%；投递快递包裹59.94亿件，较2023年春运同期增长21%。

国家邮政局邮政业安全中心数据管理处副处长许良锋说，今年春节期

间，特色产品和节庆寄递需求旺盛，农产品继续保持增长态势。各寄递企业克服低温雨雪天气带来的不利影响，健全完善工作预案，加强人员、运力与物资储备，全力提升年货寄递服务能力。数百万快递小哥坚守岗位，穿梭在城乡之间，守护着春节寄递工作。

据新华社