

最“牛”春节档、最“热”逛馆潮、最“红”微度假……

文旅大餐能否节终宴不散？



人们在上海枫泾古镇游览观光(2月14日报)。 新华社记者 陈爱平摄

如果你认为“就地过年”等于“宅”，那就大错特错了！牛年春节，人们贡献了超78亿元票房的最“牛”春节档，逛遍各大文博场馆，在“微度假”“微旅游”中重新探索城市之美。

牛年春节文旅消费折射出，人们更加重视社交属性、文化传承和高品质体验，庞大的本地市场潜力成为我国文旅高质量发展的新动力。

最“牛”春节档领跑 “文化过年”热上加热

最“牛”春节档，文博场馆热热闹闹，“云文展”“云演出”等精彩纷呈……今年春节，“就地过年”的倡议让很多中国人停下返乡的步履，也让“文化过年”热上加热。

——最“牛”春节档领跑文化市场。国家电影局18日中午发布的数据显示，2021年2月11日除夕至17日正月初六，全国电影票房达78.22亿元，继2019年59.05亿元后，再次刷新春节档全国电影票房纪录。灯塔研究院院长牧晨分析：“无论从影院排片、影片供给

一名民警的平凡春节

“天桥区标山南路公交站处，一名老人迷路无法回家，请迅速赶到现场处置。”“收到，收到。”早上8时30分，接到110指挥中心的警情，济南市公安局天桥分局巡警大队二中队民警纪新利拿上对讲机，佩戴好执法记录仪，立即出发。

到达目的地，纪新利询问老人的身份信息，并联系上了老人亲属。处理完这起警情，他开始了路面巡视。这是纪新利的春节值班日常。从警27年，在驻巡站“过年”已是“常态”。

济南市公安局天桥分局巡警大队2号驻巡站，24小时有人值班。“有人丢失了身份证、钱包，也有人电瓶车被盗选择报警。我们接到命令，就第一时间赶过去。”巡逻的路上，纪新利打开了话匣子：“巡警的工作主要是防止案发。除了在重点地区、地段巡逻，也需要处置突发事件。”

穿梭在大街小巷，巡警用“丈量马路”的执着值守，护得一方平安；伴着每日日出日落，忙碌的身影诠释着平凡、坚守、奉献的意义。

“有一次夜里12点多巡逻时，发现有一平房住户的门没有关好。我感觉比较蹊跷，入户后闻到很呛的煤烟味。”纪新利赶紧叫醒了一家人，还好经过检查，一家人没有大碍。

山东大学第二医院和大明湖火车站是纪新利负责的片区。“在医院急诊科，有的病人情绪不稳定，可能会有冲突，要多去看看；火车站人员流动性大，再加上春运，警情容易多发，也需要重点关注。”纪新利说，这些地方平时巡查3次，但节假日就得加大巡查力度。

1994年，部队退伍的纪新利开始从事警察工作。这些年里，万家团圆的除夕夜，他只和家人一起度过3次。

有一次过年，同事主动替纪新利值班，让纪新利回家。“回家后，爸妈都很诧异，没有准备那么多饺子。我爸爸说咱们匀和匀和，都吃点就行了。”

“前几天除夕，虽然知道我要值班，父母还是给我打电话，又确认了一遍。”今年值守的晚上，纪新利和其他巡警们一起吃水饺。吃完饭，晚上继续出去巡逻。

驻巡站今年春节值班的有4人。“我们都有自己的食堂，平时谁有空谁就做饭，大家都能炒一手好菜。”路上，纪新利接到了同事电话：“中午回来吃饭吗？今天队长下厨，大家等你。”

“收到，转完这个点我就回去。”

新华社记者 杨文

现”祖国大好河山……很多年轻人把节省下来的路途与线下聚会时间，留给了“云文展”“云演出”“云旅游”，以线上文化盛宴充实这个不回家的年。

“微度假”“微旅游”流行 生活中的“惊喜”更精彩

美团数据显示，春节假期超五成用户的理想出行距离为50公里以内。“就地过年”催生了以“微度假”“微旅游”为代表的大众旅游休闲新热点，在文旅深度融合背景下，人们享受“文化大餐”，感受团圆之乐。

北京市民徐女士和家人在市郊一家酒店“微度假”过春节，因为京郊风景优美，换一个环境可以彻底放松。徐女士并非个例，携程报告称，春节期间，上海、北京、三亚、广州、深圳、重庆等城市酒店预订量居前，这些城市的用户更倾向于通过“酒店度假”犒劳自己和家人。飞猪平台数据显示，受益于人们的短程旅游休闲，电竞酒店、宠物民宿等的客单价实现30%至100%的涨幅。

周边游、“微旅游”有多活跃？上海市文化和旅游局副局长梅虹介绍，春节假期上海共接待游客492.16万人次，同比2019年恢复96%，其中上海本地游客占比81.55%；沪上170家主要旅游景区点7天累计接待游客612万人次，较2019年同期增长30%。而从全国范围来看，同程航旅数据显示，假期前6天，各地周边游整体环比涨幅达289%，部分城市周边游同比增长300%以上。

在城市“微旅游”中，人们收获着“新惊喜”。春秋旅游副总经理周卫红介绍，春节假期，该企业推出的上海本地旅游产品量较2019年春节旺季增长了1.5倍，“微游上海”产品增长了5倍，主题涵盖红色旅游、历史建筑、老牌酒店等。春节团队有80%是本地游，其中参团的游客有80%左右都是就地过年的人。

首次就地过年的东北女孩张玖线和父母一起参加了探访上海工业遗存的“微旅游”，还逛了不少文博场馆。张玖线说，因为都市深度旅游，自己更了

解上海，也收获了别样的快乐新年。

重社交、重文化、重体验 文旅大餐如何时时丰盛时时新？

业界分析，从春节文旅消费来看，人们更加注重社交和情感表达、文化传承和高品质的体验感。

抖音平台上，用户拍摄了1.3亿个短视频给全国网友“云”拜年。“《你好，李焕英》看哭了”等话题为人们津津乐道。博纳影业集团董事长于冬说，优质的电影能更多凝聚人心，带来更多喜悦和温暖。在线下，国家博物馆、首都博物馆等几乎每天都预约满员，山东博物馆大年初三还排起“之”字形长队，逛馆、看展等文化消费已成为公众文化生活必需品。

浙江省文化和旅游厅二级巡视员朱海岗分析，在春节等重要节假日节点，文化消费市场“线上线下”双重供给成为常态，既推动文化消费市场的整体回暖，为人们带来丰富的精神文化享受，也将促进我国文化产业进一步实现高质量发展。

周卫红说，近程的“微旅游”走红折射出人们对熟悉的城市仍有探索历史文脉、了解文化的诉求。一条串起上海苏州河沿线历史建筑和浦东现代建筑、展现上海城市发展进程的微游线路原定7天游客总量为140人，因太受欢迎，旅行社不得不增加人手组织，春节期间共有约200人参与。“人们需要更多的高品质文旅产品。”她说。

中国旅游研究院院长戴斌建议，要适应大众旅游和小康旅游的新变化，善用科学技术、文化创意、艺术时尚来引领旅游业的高质量发展；理性引导周边游、乡村旅游、自驾游等近程旅游消费趋势，让旅游休闲更加深入地融入国民大众的日常生活，发现身边的美丽风景，体验日常的美好生活。

新华社记者 陈爱平 段菁菁 熊琳 胡旭 余俊杰 许晓青

新华调查



2月18日，河北省邢台市内丘县金店镇小辛旺村的果农在大棚里为樱花进行人工授粉。河北省邢台市内丘县金店镇小辛旺村的大棚樱桃正值盛花期，果农们忙着为樱花进行人工授粉，确保大棚樱桃丰产丰收。 新华社记者 刘继东摄

用心守护好“开往春天的列车”

——春运返程见闻

城市的返程票常是“一票难求”。常态化疫情防控下的2021年春运，很多人选择就地过年，返程票比以往好买了许多。

“以往每年正月初六、初七返程，抢火车票是最头疼的事。今年票好买多了，我们昨天用手机订票，当时就买到了。”在江西上饶火车站，老家在上饶市铅山县的汪松彦推着行李箱，准备和爱人一起乘动车前往深圳上班。

新的一年，汪松彦给自己定下了让人生活更好的“小目标”。在他看来，这趟开往深圳的返程列车，是别样的“开往春天的列车”，意味着新的奋斗起点。

中国铁路南昌局集团有限公司客运部副主任郭雪华介绍，为做好旅客体温检测，在客流较大的车站

配置或增设热成像测温、门式红外测温等装置，实现无感测温，守护好返程列车。

17日，四川成都迎来返程客流的升温，成都东站预计当日到达旅客16.2万人次，是15日到达旅客的近两倍。

“雕刻工这个行当很多靠熟人介绍，我在外干了20多年，现在成都的活儿也多起来了，就回来了。”在成都东站东广场附近，来自四川省遂宁市蓬溪县农民工刘海洋说。

记者了解到，近年来随着成渝地区双城经济圈的崛起，成渝两地创造了大量就业机会，和高铁一起改变着春运的人员往来结构；过去春节前大量农民工返回四川，节后集中从成都返程，如今成都已由外出务工输出地，变为同时具

拥有千年历史的武夷岩茶以工艺繁复、制作周期长、品质独特著称，价格向来不菲。近年来，部分岩茶价格呈现数倍乃至一二十倍增长，从每斤数千元、上万元涨至十几万元甚至数十万元。

春节期间，“新华视点”记者调查发现，“天价岩茶”愈演愈烈，有的还打着“非卖品”名义“天价”出售，少数岩茶被炒成“办事茶”“送礼茶”，成为热门高端礼品，并滋生回收、代售等变现业务。谁是“天价岩茶”幕后推手？

每斤10万元以上的岩茶充斥市场，“非卖品”卖“天价”

记者近日走访福州茶叶市场发现，包装奢华、每斤10万元以上的岩茶充斥市场。

记者注意到一个有意思的现象：一些包装上标注“非卖品”的茶叶，不仅在专卖店公开出售，并且店员一张口就是每斤十几万元乃至数十万元。

在福州一家名为“手尚功夫”的茶叶店，店员向记者推荐一款标注“非卖品”的“远香”茶叶，10克1泡的茶叶9600元，每斤48万元。记者问这款茶能不能卖，店员表示“可以”，

每斤十几万元乃至数十万元，谁是“天价岩茶”幕后推手？

并称春节期间这款茶很多人想要，需要等几天才有货。记者表示预订5泡，店员电话确认后说“三天后可以取货。”

记者在福州一家“北岩”岩茶店看到，一款名为“宗匠大韵”的岩茶，一盒两泡(1泡9克)标价16200元，每斤45万元，茶叶包装上标注“非卖品”。记者问“非卖品”是否出售，工作人员表示，可以按标价出售。

市场上还流传所谓“天价岩茶”榜单。记者拿到一份最新的“2021年天价岩茶”榜单，上榜岩茶分“非卖品”和“在售品”。“非卖品”有18款茶，每斤价格均在10万元以上，售价在30万元以上的岩茶有14款；“在售品”有七八十款，每斤价格在5万元以上。

记者在福州、武夷山多家茶叶专卖店发现，榜单上的“天价茶”绝大多数在销售，且每斤超过10万元的不止上榜岩茶品牌。

在福州一家“八马”茶叶店，店员向记者推荐多款每斤价格10万元以上的岩茶；其中一款名为“牛一”的岩茶，1泡仅8克，包装奢华，售价3000元。

“天价茶”榜单成送礼依据，收受后还可回收、代售变现

记者调查了解到，绝大多数武夷岩茶的成成本在数百元、数千元之间。多位业内人士均表示，“每斤动辄一二十万元、数十万元的‘天价茶’，价格严重背离价值，肯定不是正常现象。”

位于武夷山星村镇黄村的一家中小型岩茶厂，茶叶是由当地茶农加工生产的。前些年，这里的茶叶销售价格每斤300元至3000元。近年来，该茶厂和福州客商合作，注册新公司、包装营销，改头换面，部分岩茶每斤达十几万元甚至三十多万元。

武夷山茗川世界茶业合作社党支部书记黄正华告诉记者，“天价岩茶”主要是武夷山以外一些商人进场炒作的结果。

“外面公司运作能力很强，进武夷山后，收购茶农产品，注册一个商标，取个花名、文案做漂亮，包装搞着华，炒作‘榜单’‘稀缺’‘非卖品’等噱头，抬高价格。”黄正华说。

“天价茶”的背后暗藏“四风”等腐败动向。记者在福州多家茶叶店暗访时，多名店员告诉记者：“1泡茶近万元甚至一两万元，买的人不怎么喝，几乎都是用来办事送礼的。”中秋、国庆及春节期间，此类“天价茶”

销量明显增加。记者调查了解到，“天价茶”榜单之所以受追捧，除了企业的营销炒作，还因为榜单成为一些人办事送礼的重要依据。

多家茶叶店店员告诉记者：“这个榜单一出来，大家就知道了这款茶叶的价格，送给领导有面子。”在福州三坊七巷附近一家茶叶店，店员告诉记者，不少人是按照榜单的排名找茶送礼，越是“非卖品”、越是高价越受追捧。有的茶品质一般，但是标上“天价”，偏偏有人找上门来买，说领导爱喝，非得送这款茶不可。

“有款上榜岩茶单泡6000元，有顾客寻上门来要买，说是年货送礼，对方只要这款茶，最后每泡茶加价2000元购买。”福州鼓楼区一家茶叶专卖店店员告诉记者。

记者在福州一些茶叶店暗访发现，有的茶叶店提供“天价茶”回收服务，“收这么贵的茶，有的人觉得喝了浪费，想要转手变现，可以把茶叶放在我们这里，售出后分成。”

多数茶农利益受损，应刹住奢靡腐败之风

记者调查了解到，卖出“天价”的“正岩茶”“山场茶”大都产自武夷山

天心村。这些年高端岩茶的火爆，受益的主要是茶商和少数茶农，武夷山大多数茶农不但没有受益，反而成为受害者。”

由于近年来市场上炒作“山场茶”“正岩茶”，以“稀缺”“大师”等噱头作为卖点，市场上将“天价岩茶”等同于武夷岩茶，使大量中低端岩茶遭遇“寒流”。实际上，武夷山茶园面积14.8万亩，每年岩茶产量1万多吨，正岩茶不足10%；正岩产区之外，很多中低端岩茶卖不出去，茶农利益受损。

福建省政协常委、民建省委主委吴志明说，一些茶企过度炒作、过度包装，以次充好，以假乱真，岩茶的信誉度有持续下降趋势。近两年以来，中低端岩茶滞销率达40%以上。

采访中，武夷山的茶企、茶农、行业协会负责人、当地党委政府等各方均明确表示，炒作“天价岩茶”，助长了奢靡之风，扰乱了市场秩序，不利于行业健康发展。

全国政协委员、福建武夷星茶业有限公司董事长何一心说：“质优价实，让老百姓而不是少数人消费得起岩茶，才是岩茶产业长远健康发展的方向。不能通过炒作去创造、迎合那些畸形的需求。”

近日，武夷山茶业同业公会发布多封公开信，倡导全市茶企茶农共同反对价格虚高、过度包装、恶俗花名等炒作行为。

针对“天价岩茶”愈演愈烈的乱象，武夷山市委市府持续采取多项措施整治。武夷山市委常委、宣传部部长彭秀莲告诉记者，近日，武夷山市场监管局、茶业局等部门约谈部分销售“天价岩茶”企业，对存在过度炒作、串通操控茶叶价格，甚至以次充好等行为的依法查处，并予以曝光，纳入企业不良信用记录管理。

业内人士表示，要防止“天价茶”等名贵特产类特殊资源诱发“四风”问题反弹，在日常监督中，应将“天价茶”列入党员干部不得收受的名贵特产资源目录，对于利用“天价茶”进行洗钱、受贿等行为的，应严肃查处，公开通报，形成震慑。

新华社“新华视点”记者 郑良 张逸之 吴剑锋

新华视点

扣，用心守护好“开往春天的列车”，让出行变得更有温度。

湖南常德站在售票厅设置“爱心窗口”，优先为老年旅客办理现金购票、改签等业务，候车室为重点旅客设置“优先通道”等，备有纸杯、开水等便民物品。

河北邯郸火车站制定了疫情防控应急处置预案，加强旅客进站引导、实名制验证验票，并向老幼病残孕等旅客提供重点帮扶服务。

北京、上海、广州、深圳等地交通运输部门已调整客运组织方案，对接驳铁路、机场的重点线路，加密公交、地铁发车频次……

国务院联防联控机制春运工作专班数据显示，17日全国预计发送旅客2042万人次。交通运输部有关负责人表示，在严格落实疫情防控措施的前提下，将进一步做好运输服务保障，优化路网运行服务，确保疫情不因春运而扩散。

新华社记者 魏玉坤 杜一方 陈毓珊 史卫燕 谢俊 吴晓颖