

## 盘点端午消费

# 年轻人解锁了传统民俗许多“新玩法”

艾草花束火爆“出圈”，龙舟竞渡激发文旅消费，“露营过端午”成为年轻人度假新选择……在刚刚过去的端午假期，显时尚潮流、重文化底蕴、求鲜明个性成为端午消费的重要特征。

据文化和旅游部数据中心测算，2024年端午假期，全国国内旅游出游合计1.1亿人次，同比增长6.3%；国内游客出游总花费403.5亿元，同比增长8.1%。

专家建议，进一步找准文旅产业融合的契合点，运用现代美学为传统民俗产品注入新活力，瞄准年轻消费群体打造更多“小而美”的文旅精品，让传统节日焕发新生机。

## 创意迭出 传统民俗产品火爆“出圈”

传统艾草加上菖蒲、香樟叶，搭配上铃铛、寓意福禄的干葫芦与精心设计的端午安康卡，一束时尚而别具特色的艾草花束，在这个端午节成为最火的产品之一，多次登上社交媒体平台热搜。

在重庆市解放碑商圈记者看到，艾草花束被挂在了不少商铺最显眼的位置，吸引了众多年轻人前来选购。来自四川的消费者张冰宁说，挂艾草一直是端午节的习俗，但现在的艾草花束既保留了传统寓意，又结合了潮流元素，让她和身边的朋友耳目一新之感。

一些商铺经营者告诉记者，艾草花束“火”得非常快，最早是在抖音、小红书等平台上有不少网友因新奇而分享照片，随后线下前来购买的人越来越多，有时甚至要在店门口排起长队。他们也经常认真去看网友们的留言，每天分析大家喜欢的“爆款”有什么特点，紧跟大众

最新审美口味。

在湖南，作为省级非遗项目“汨罗香囊制作技艺”的代表性传承人，戴芸伊和团队成员在端午节推出的创意产品“楚辞香囊”迎来了一波销售热潮，源源不断地接到来自全国各地的订单。

“我们将相关诗句、植物纹样绣制在香囊上，并使用《楚辞》中提及的、具有芬芳香气且寓意美好的植物作为香料，以此来传递屈原文化和《楚辞》之美。”戴芸伊说。

“过去一些商家会觉得，‘网红产品’一定要特别标新立异，传统民俗节日的产品大家已司空见惯，似乎没有‘出圈’的潜质。但这次艾草花束的火爆启示我们，要在善用数字线上平台的基础上，运用现代美学为传统产品注入新活力，让‘老树’开出‘新花’。”工信部信息通信经济专家委员会委员盘和林说。

## 文化赋能 促节日消费潜力释放

今年端午假期首日恰逢“文化和自然遗产日”，各类文博场所成为不少年轻人“打卡”的首选。在重庆湖广会馆禹王宫大戏台上，重庆市话剧院的演员们身着华服，诵读着著名剧作家郭沫若创作的历史题材话剧《屈原》，台下传来阵阵掌声。

湖广会馆相关负责人告诉记者，这个假期他们在演出形式上进行了创新，准备了融合诗歌诵读与戏剧于一体的文化展演、《醉巴渝》非遗文化演出、端午粽子拟人化NPC表演等活动，取得了良好效果。

假期中，群众赛龙舟、吃粽子、唱山歌、赏古曲，传统文化内涵与节日消费深度融合。

广东、湖南、浙江、贵州、云南等地举办龙舟竞渡。携程数据显示，举办2024年中国汨罗江龙舟超级联赛的湖南岳阳端午节旅游订单同比上涨52%；中国·桃花潭第十一届龙舟赛带动安徽宣城假期旅游订单增长32%。

业内人士分析认为，加强文博、旅游等部门之间的沟通与协作，让传统文化的浓厚底蕴与旅游发展进一步深度融合，将

有利于促进消费回升和潜力释放。

盘和林表示，文化是旅游的灵魂所在，找准文旅产业融合的契合点非常关键。要进一步做好专业文化工作队伍建设，活化相关资源的使用效益，把端午等传统民俗节日的旅游市场进一步做大做强，为经济高质量发展注入新活力。

## 个性出游 设计更多“小而美”精品

在浙江省宁波市宁海县，“露营过端午”成为一些当地年轻人度假的新选择。端午节当天，一些游客自驾来到郊区村镇，白天和家人一起在户外包粽子、体验制作漆扇，傍晚在露营基地附近玩飞盘、品茶饮。

宁海一家露营基地负责人周耀辉告诉记者，假期他和同事开发了“民俗+生态游”的露营服务，把端午民俗与农事、艺术、运动元素相结合，全力让游客过一个相对小众但特别的“五月初五”。

不少游客越来越偏爱选择灵活化、个性化的出游方式，在慢节奏旅行、深入体验、放松休闲中享受生活。

文旅部微信公众号“文旅之声”10日晚发布消息称，假期中，云南、青海、甘肃、内蒙古、贵州等地成为年轻人自驾游、避暑游的热门选择。“影视+文旅”双向赋能，电视剧《我的阿勒泰》的热播带动以新疆阿勒泰地区、伊犁州尼勒克县等为代表的自驾游目的地持续火热。

长沙新消费研究院产业研究负责人黄偲表示，灵活化、个性化的假期出游特点，对商家和相关部门的假日旅游产品供给能力提出新要求。建议针对不同年龄段、不同需求的消费者，设计更多“小而美”的文旅精品。

“‘小而美’的精品不意味着要去追求奢侈和昂贵，而是要进一步提升服务消费的内容品质与创新能力，做到服务精细化、个性化、特色化。相信更多消费者可以在未来获得高质量、定制化的端午旅行体验。”黄偲说。

新华社北京6月11日电

山东济南

## 开通爱心果农专线车

▶ 6月11日，在济南市南部山区柳埠街道，果农排队乘坐爱心果农专线车。

近日，山东省济南市南部山区的樱桃、杏、油桃等应季水果陆续成熟上市。为方便果农出行，济南公交开通了两条爱心果农专线车，方便山区果农赶集售卖果品。

新华社发



## 机收小麦 减损增产



▲ 6月11日，收割机在青岛西海岸新区大场镇陈家小庄村麦田里进行机收作业（无人机照片）。

“三夏”时节，山东省6000多万亩小麦陆续集中收获，150万台套农业机械奋战田间地头。各地农业农村部门通过强化良田、良种、良机、良法、良制“五良”融合共促，努力把各环节的增产潜力转化为现实产量。 新华社发

## 将流量变销量 大力培育“村播”经济



▲ 6月11日，带货主播在陆集街道一处绿植销售基地推介销售绿植。

近年来，江苏省宿迁市宿豫区陆集街道发挥党建引领作用，依托本地资源禀赋，探索发展“支部+电商”模式，深化村村联盟、村企共建，通过培育“村播”经济，推动村集体经济发展，促进群众增收、产业增效，助力乡村振兴。

新华社发

## 2024年百日千万 招聘专项行动实施

新华社北京6月11日电 人力资源社会保障部11日宣布实施2024年百日千万招聘专项行动，利用100天时间集中为高校毕业生等提供超千万就业岗位，助力劳动者求职就业。

人力资源社会保障部就业促进司相关负责人介绍，即日起至6月16日，行动首周将推出互联网、医药卫生、金融、能源制造等4个线上招聘专场，共有2.6万家企业提供25.9万个岗位。

行动期间，各地人社部门将广泛收集重点企业、政府投资项目、产业园区等招聘岗位信息，掌握本地基层服务项目、基层管理和社会服务等岗位空缺情况，集中发布。同时动员人力资源服务机构、行业协会广泛参与，重点筛选一批适合高校毕业生等青年学历层次、技能水平的岗位信息。

强化求职招聘服务，举办“分主题、分行业、分群体直播带岗”“跨省、跨地区联动直播带岗”“人社局长进直播间”活动，各省份人社部门每周至少组织一场直播带岗活动。

推出网络招聘专区，在中国公共招聘网、中国国家人才网、就业在线和各地公共招聘网络平台开设“2024年百日千万招聘专项行动”专区，设立岗位信息发布、特色专场招聘、直播带岗、职业指导云课堂等专栏。

统筹线下招聘活动，开展行业性专场招聘活动；在高校毕业生较集中的地区，开展区域性专场招聘活动；开展群体性专场招聘活动。