

# 虎虎生风 看新年

## ——2022年春节假日观察

### 游 山河满眼春

大年初四，北京冬奥会如约开幕。佳节逢冬奥，冰雪游为这个假期增添了一抹跃动之美。

“身子往前倾，重心压低，脚要稳，放轻松……”在宁夏娅豪国际滑雪场内，游客马莎在教练的指导下，从雪道缓缓滑下，穿行于银装素裹的冰雪世界。“身边很多朋友和我一样把滑雪列入春节必玩项目，以参与冰雪运动的方式亲身感受冬奥氛围。”马莎说。

娅豪国际滑雪场总经理王长河表示，借着冬奥的东风，滑雪场客流量持续增加，在严格落实好限量、预约等疫情防控措施的同时，春节期间，滑雪场每天接待人员超过1500人次，比平时周末增长近五成。

溜冰滑雪过大年，冰雪游“搅热”假期旅游市场。

飞猪数据显示，虎年春节冰雪旅游相关商品订单量同比去年春节增长超30%。其中“00后”的预订量同比增长超80%，远超其他年龄段。值得一提的是，客源地前十城市中，南方城市占据七席。

历添岁月，春满山河。虎年春节，品民俗、赏春景，人们在出游中追寻年味儿。

情浓最是团圆时，在北京工作的倪女士今年选择了“逆向团圆”，她将父母从河南老家接过来，一家人在京郊的民宿中过年。

“郊区到处都是窗花、灯笼，还能参与写对联、篝火夜话等年俗活动，体验到原汁原味的年味儿，氛围很喜庆、热闹。”倪女士说。

心怀“诗和远方”，不忘“眼前风景”。驴妈妈旅游网发布的《2022虎年春节出游总结报告》显示，2022年春节，更多游客在“家门口”发掘新乐趣，周边游、省内游成为主旋律。溜冰滑雪、泡温泉、夜游灯会、登高祈福……本地景区呈现出一派繁荣景象。

酒店民宿已成为人们团聚的新场景。去哪儿大数据研究院的报告显示，在北京、上海、广州等地的春节酒店预订中，本地消费者占比均超过六成。其中，北京本地预订比例达到近八成。

根据文化和旅游部数据中心统计，春节假期前三天，全国国内旅游出游合计1.37亿人次，按可比口径恢复至2019年春节假期同期的71.5%。



### 购 年货更有范儿

虎年春联、红包、虎头帽销量大增，预制菜占据年夜饭“C位”，智能产品、进口美食继续扮靓年货购物车，冰雪类消费成春节购物热选……虎年春节的“买买买”，折射着新年消费的新特色，也成为新年俗的生动注脚。

某电商平台日前发布的虎年春节十大新年货中，洗地机、大厨预制年菜、滑雪服、低卡零食、虎头帽等商品榜上有名。更智能、更健康、更便捷、冰雪范儿十足成为今年年货的突出特色。

当冬奥会遇上春节，带有冰雪元素的消费热情也被点燃起来。在天猫平台，除夕至正月初四，滑雪装备销售额比去年同期增长超过180%，冰上运

动相关品类销售额同比增长超300%。

受疫情等因素影响，越来越多人选择“就地过年”。无论人在哪里，团圆的心从未改变，一份份流动的年货传递着人们对亲朋好友的思念与祝福。自腊月初八启动持续至正月初七的2022全国网上年货节，进一步带动了网购年货的热潮。多个电商平台大数据显示，春节前后，发往异地订单的比例相比以往大幅攀升，跨省买年货趋势更加明显。

消费者的年货购物车里，升级、品质类商品和服务继续成为主角。天猫平台上，除夕到大年初四，绿色家电销售额同比增长超过110%。京东平台

上，生活服务、当地玩乐、汽车服务成交额同比分别增长287%、206%、148%。

过年少不了吃的，年货新滋味也在悄然升级。进口的北极贝、面包蟹、奇异果、车厘子等生鲜成为网购“尖货”。天猫进口生鲜水果销售同比增长286%。

风靡吃货圈的美味小酥肉、原汁原味的老字号招牌菜……这些以前只能在特色餐厅里吃到的美味，如今通过预制菜的方式，越来越多出现在春节家庭的餐桌上。京东平台上，网购年夜饭销量同比增长超170%。美团的全国年夜饭团购套餐订单量较去年同期翻倍增长。

### 玩 “福”到千万家

吃喝玩乐，是春节的永恒主题。春节期间，全家人看场电影，既是休闲选择，又具有家庭仪式感。

春节档多部各具特色的电影上映——抗美援朝题材电影《长津湖之水门桥》《狙击手》，动画电影《熊出没·重返地球》《喜羊羊与灰太狼之筐出未来》，喜剧电影《这个杀手不太冷静》等，给观众提供了丰富的视觉体验。

据国家电影局统计，截至2月5日零时，2022年春节档总票房突破45亿元。其中，《长津湖之水门桥》成为春节档票房冠军。

锣鼓喧天喝彩阵阵，非遗让乡村更美丽。在河南焦作，“要老虎”是节

庆中必不可少的传统艺术。

“‘要老虎’这项民间艺术至今已有百年历史，2014年被列入第四批国家级非遗名录。”焦作虎舞传承人陈领说，作为农闲时村子里的娱乐项目，“要老虎”的舞蹈动作接地气、易掌握，村民都可以加入表演队“要一要”。

享文化盛宴，为精神充电。在山东曲阜，孔子博物馆推出“孔府过大年”主题展。展览按照“福寿康宁”进行专题阐释，让观众身临其境围观孔府在新年期间的吃穿用度，感受“天下第一家”的年俗氛围。

在辽宁，赏花灯、看非遗作品展，非凡热闹。这些展览中，除了虎的题材之

外，冬季奥运会元素成了展览的“新宠”。

壬寅新春，苍穹璀璨。中国的航天员第一次在中国空间站过大年。贴“福”字、写春联、吃饺子……忙得不亦乐“虎”。

大年初三，“天宫课堂”开讲啦。王亚平通过科学实验，在中国空间站里“变”出了奥运五环，为冬奥健儿们加油打气。

天上明月千里共，人间春色九州同。这个假期，更具个性的消费方式、更有品质的年货采购，更有文化的过节民俗……让春节黄金周这扇窗口彰显出国人消费的韧性与潜力，展现出生龙活虎的万千气象、喜气洋洋的太平盛景。

