

行走的春节,活力的中国

◎项向荣

新闻热评

2026年春节,一组组数据勾勒出一个热气腾腾的“流动的中国”:春节假期日均流量预计达2.99亿人次,整个春运期间预计将超过95亿人次。在这股流动的浪潮中,中国人过年的方式正在从“居家过年”向“居家旅游”加速转变。生活方式的变迁,是中国活力的体现,同时也反向驱动着文旅产业深挖内涵提振消费。同程旅行数据显示,大年初一至初三成为节中出游高峰,节中民航出行热度较去年春节同期提升38%。数字背后,是“先团圆、后出游”的分段式过年模式的进一步风行:不少用户选择假期前出发,更多家庭倾向于先居家居

圆、再举家旅行,还有些年轻人团圆过后选择“过年搭子旅行”。曾经对立的“团圆”与“远行”,在新的时间安排中达成了和解。过年方式的变化绝非偶然。“史上最长春节假期”的人性化安排带来的时间红利、居民收入的持续增长、文旅部门的主动作为,构成了变革推力的“三重奏”。其中文旅部门的主动作为很关键,如果只是“换个地方过年”,春节旅游的热潮或许不会如此持久。真正让游客愿意走出家门的,是各地文旅部门精心烹制的特色“文化年夜饭”。比如在《太平年》热播的加持下,杭州西湖边三展联动的钱王祠爆火,让西湖边人山人海。抖音生活服务数据显示,“非遗+市集”团购类销售额同比增长76.4%，“非遗+演艺”类同比增长117%。当风景被赋予了文化的温度,旅行便从观光升华为体验。而这种体验的升级,恰恰是游客愿意为更高层次消费买单的根本原因,消费

的乘数效应也随之释放。文旅市场的火热,最终转化为实实在在的消费数据,成为提振内需的重要引擎。商务大数据显示,假期头四天全国重点零售和餐饮企业日均销售额同比增长8.6%,这一增速在近年以来的主要长假中处于高位。抖音生活服务数据显示,今年春节酒店宾馆、客栈民宿团销量分别同比增长94%和88%;3至6人小家庭团圆套餐同比增长61%。消费热潮还在反向驱动文旅产业自我进化,一些热门景点出现的拥堵事件提供了反思:当游客被“堵”在半山腰寸步难行,景区不得不现场广播进行“劝返”,这一尴尬提醒整个行业,承载力评估、分流预案、智慧调度等幕后工作,恰恰是消费能否顺利实现的关键。

毫无疑问,过年方式的变化,是社会进步进步的印记,过年对精神文化生活的追求日益强烈,让春节不再是“必须按照老规矩来”的刻板仪式,而成为可以个性化定制的文化空

间。但需要指出的是,正因如此,未来的文旅竞争,拼的不再是资源禀赋,而是内容生产能力、场景营造能力、服务运营能力,这些变化要求文旅消费供给端加快转型升级。谁能把“风景”变成“场景”,谁能把“游客”变成“参与者”,谁就能在文旅消费竞争中占据先机。站在新的起点上,提振消费的紧迫性日益突出,而文旅消费正是这篇大文章的重要章节。2026年春节(丙午年春节)的实践告诉我们:只要政策对路、产品对味、服务到位,人民群众的消费潜力就能充分释放,文旅市场的活力就能持续迸发。

过年方式的变化,是社会进步进步的印记。未来的文旅竞争,拼的不再是资源禀赋,这些变化要求文旅消费供给端加快转型升级。站在新的起点上,提振消费的紧迫性日益突出,而文旅消费正是这篇大文章的重要章节。(原载《浙江日报》)

新闻微评

●@大风新闻: #乘车优惠谁来买单# 今年春节期间,山西万荣县推出文旅优惠,要求出租车为持景区门票游客打九折,这个钱由司机自己出。据万荣县中天出租汽车有限公司发布的通告,若有司机不执行优惠政策,将会被10倍罚款并停运学习。

微评:持景区门票打车可享九折,本意是提升游客体验、激发消费活力。但若将政策成本转嫁给司机,在游客得实惠、地方赚口碑的情况下,让司机群体独自承担损失,则违背了政策惠民的初衷,也会挫伤从业者的积极性,最终反而损害地方形象。地方“让利”来吸引游客,不应将压力传导给最基层的从业者,只有量力而行,坚持发展红利为全民共享,才能真正汇聚起地方文旅发展的合力。

●@极目新闻: #向熊猫馆抛物# 2月21日,在成都大熊猫繁育研究基地内,因有人向网红大熊猫“和花”“和叶”的活动场馆内扔了一颗螺蛳,导致场馆临时收园进行消毒,大量排队的游客因此受影响。

微评:参观动物园或动物繁育研究基地,不投喂、不抛物是最基本的文明规范。遵守文明观赏规范,是对动物的保护,也是对他人的尊重。每到节假日假期,景区人流量增大,尤其需要加强现场管理与文明引导,守护人与动物和谐共处的环境秩序,让文明出游成为最美的风景。

●@证券时报: #与“三件套”同框# 马年春节假期,来陆家嘴与“三件套”(上海中心大厦、金茂大厦、上海环球金融中心)合影,成为很多游客来沪的必打卡项目。一名身穿城管制服、佩戴志愿者袖章的巡逻小哥穿梭其间,现场教学游客如何拍出与“三件套”同框的大片,也被游客亲切地称为“付小哥”。

微评:“付小哥”教游客拍照、帮游客拍照,既解决了游客“出片”的难题,本身也成为一道暖心的风景,为一座城市、一个景区做了二次传播。愿更多地地方能以“付小哥”的走红为启发,将服务从观光引导延伸到优化体验,实现城市发展与服务游客的双赢。

●@极目新闻: #用星星显示成绩# 近日,多名韶关的学生家长在网上晒孩子的期末考试成绩,不过成绩单上未显示具体分值,取而代之的是一排一排的星号。有家长笑称,这两天家长们都在数星星。

微评:用“星星”代替分数公布成绩,本意是为响应“不排名、不公布分数”的要求,试图缓解学生压力。但有家长用AI工具才大致测算出了孩子成绩,看似减了负,实际上家长的“数星焦虑”可能增加了孩子的压力。当评价方式不透明,数字焦虑就演变成了符号焦虑。用星星代替分数,关键在于打破“唯分数论”的惯性。若只改形式,不改变单一评价的实质,那“减负”就仍流于表面。

●@南方都市报: #酒店涨价被查处# 近日,福建泉州市鲤城区、丰泽区市场监管局相继通报,对当地6家酒店民宿立案查处。涉事商家因春节期间未履行价格承诺、涉嫌虚假宣传,严重侵害消费者合法权益。这些酒店民宿价格相较非节假日翻了3—4倍,因价格超出其所作出的价格承诺,被立案查处。

微评:节假日不是酒店民宿肆意涨价的理由。泉州查处多家失信酒店民宿,暴露出部分商家将节假日视为“宰客良机”的投机心态。三到四倍的暴涨不仅超出合理范畴,更直接违背价格承诺,实属虚假宣传、侵害权益。监管部门及时亮剑,就是对失信者的必要惩戒,也是对消费环境的积极维护。(本报综合)

“反向过年”为城市提出新课题

◎余颖

“好几亿”人——1亿人在故宫,1亿人在颐和园,1亿人在爬长城,1亿人在圆明园赏灯会,1亿人在厂甸逛庙会……上海、深圳、广州、重庆等地也是差不多的“人从众”。哪来的这么多人呢?有一部分是老家的爸爸妈妈来城市看望在外打拼的孩子,反向过年了。

根据多家平台发布的报告,2026年春节,“反向过年”持续升温。美团数据显示,2月初至2月中下旬,飞往北上广深渝杭等大都市的机票预订量同比增长84%。去哪儿旅行数据显示,除夕前一日,“北上广深”酒店迎来60岁以上旅客的入住高峰,入住量较前一日大涨60%,与2025年春节假期首日相比也增长了54%。另外,60岁以上乘客购买“人生第一张机票”的数量增长了17%。

家乡的年味是七大姑八大姨的家长里短,是田间地头杀年猪、唱大戏的热气腾腾。那城

市里的年味又是什么?没有乡邻、鞭炮和流水席,城里这顿团圆饭,该怎么吃出年味?

这个问题,其实是抛给城市的。庙会办不办?灯会搞不搞?酒店贵不贵?某种意义上,父母进城过年,考验的不只是子女的孝心,更是整座城市的承载力 and 人情味。

第一道考题,是老人来了能不能住得起、吃得好、出行方便。

春节期间,住宿、餐饮、交通的价格波动直接关系老年人的消费意愿和体验。对此,各地市场监管部门拿出了行动。比如,四川市场监管部门对价格上涨幅度较大的酒店进行提醒告诫;北京市场监管部门聚焦交通枢纽、商圈景区、住宿餐饮等重点区域,累计检查经营主体1.6万余户次,全力守护京城新春年味。

这些实招,解决的是“来了能不能住得起、玩得好”的基础问题。而第二道考题,是要让老人“来了不想走,走了还想来”,考验城市服

务的“软实力”。

城里的“小团圆”,总不能挤在子女的出租屋里凑合一顿年夜饭,他们要带父母体验城市里的日常生活——Citywalk、喝咖啡、逛主题乐园。要求城市提供足够丰富的消费场景和公共空间,让两代人的生活方式在这里交融。庙会不仅要办起来,更要办得对老年人的胃口;Citywalk的路线,最好能设计一条适合爸妈慢慢逛的“年味打卡线”。这些都需要城市管理者拿出更多的智慧和诚意。

春节不能开门红,历来是新的一年消费市场趋势的风向标。今年“反向过年”带火的城市热度,不只是春节假期的短暂喧嚣,还折射出消费场景的变迁。某种意义上,春节假期这场“大考”,正是城市全年吸引力的“预演”:在春节期间让老人感受到多少温度,平日里就能留住多少年轻人的脚步。人心暖了,城市也就活了。(原载《经济日报》)

压岁钱之争 恰是教育契机

◎魏赛男

近日,“妈妈让上交2万压岁钱孩子不干了”这个话题冲上热搜。12岁的小王从长辈处收到2万余元压岁钱,妈妈认为这是礼尚往来的结果,理应上交;孩子却觉得钱是给自己的,应该由自己支配。母子俩为此吵得不可开交。压岁钱到底该谁管?再次引发网友争论。

其实,从法律上讲,这笔钱的归属很清晰。根据民法典,压岁钱属于长辈对晚辈的赠与,所有权归孩子所有。8周岁以上的未成年人可以独立实施与其年龄相适应的民事行为,父母作为监护人,只有代为保管的权利,不能随意处分。

但从人情世故上看,家长的为难也不难理解。你让我交的红包背后,是亲戚间的人情维系。妈妈收走压岁钱,多半也是为了填补之前送出去的那一份。如果简单地对孩子说“这钱本来就是我的”,既伤了孩子的心,也解释不清人情往来的复杂。而要把这份“人情账”摊开来跟孩子算,又显得太现实,反倒让压岁钱变了味。

那么,2万元放在孩子手里合适吗?平心而论,让一个12岁的孩子独自掌控这么大一笔钱,确实让人不放心。孩子缺乏消费

经验,很可能几天就花光了,也容易被诈骗分子“盯上”。不管是因人情往来的考量,还是出于对孩子自控能力的担心,家长的出发点都是为孩子好。可问题就在于,如果仅仅简单粗暴地“没收”,反倒错过了和孩子沟通的机会。

与其纠结“钱该谁管”,不如与孩子来一次平等对话,引导孩子如何管理自己的压岁钱。家长可以和孩子坐下来,一起制定一个计划:比如多少钱存银行、多少钱用于日常零花、多少钱可以用来买自己喜欢的书籍或玩具。甚至可以开一个孩子的专属账户,让他亲眼看到钱存在银行里还能“生”出利息。

这样一来,压岁钱就不再是引发争吵的导火索,而成了培养孩子规划能力、责任感、理财能力的工具。当孩子学会延迟满足、合理分配,这笔压岁钱花得值不值,答案不言而喻。(原载《南京日报》)

新闻锐评

新闻漫评



赤壁市烟草专卖局联合公安部门

召开全链条打击涉烟违法活动联席会议

本报讯 通讯员贺金娥、吴琳报道:近日,赤壁市烟草专卖局与咸宁市公安局嘉赤大队、赤壁市公安局治安大队及辖区各派出所共同召开全链条打击涉烟违法活动联席会议。

会议指出,要切实筑牢跨区域、跨部门涉烟违法行为打击防线,着力构建高效联动、紧密协作的联动机制。一是加强

物流渠道涉烟监管。聚焦鄂南交通干道,加大布控查缉力度,全力斩断违法涉烟产品运输通道,严防假私烟流入辖区市场。

二是深化行刑衔接机制。不断深化线索移交与案件会商流程,实现对涉烟违法行为的情报互通、联合执法、案件深挖,形成全链条闭环打击合力。三是抓实执法安全防控。

通城县烟草专卖局

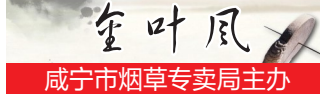
赴基层督导“133”看板深度应用

本报讯 通讯员刘瑾报道:近日,通城县烟草专卖局主要负责人带队深入各基层所部,开展“133”看板应用专项督导指导工作,通过“实地观摩、现场点评、精准答疑”的方式,推动看板成为基层提质增效的“金钥匙”。

督导组全程观摩工作人员对看板、营销及专卖核心指标的实操演示,听取看板应用

推进情况、数据成果及难点汇报。针对指标解读逻辑、数据关联分析等不足,主要负责人结合案例现场点拨,提出“理清指标逻辑、讲清数据变化、找准优化方向”的具体要求,共同探讨优化方案。

督导组强调,“133”看板是提升基层治理效能的重要载体,各所部要常态化开展技能练兵,让职工熟练掌握“看数、



崇阳:税惠增色 手工灯笼“红火出圈”

本报讯 通讯员李昊、刘智利报道:春节期间,国内灯笼市场需求持续升温。崇阳县沙坪镇生产的灯笼凭借造型多样、做工精细、价格实惠的特点,成为众多采购商青睐的对象。从圆形宫灯到生肖造型灯,沙坪灯笼满足着不同消费群体的需求,营造了节日的热闹氛围。

走进崇阳银丰工艺有限公司的生产车间,60余名工人正组装、裱糊和绘画12个品种的灯笼。据总经理吴金旺介绍,春节前企业接到6万只灯笼订单,产品销往美国、德国、法国等海外市场,订单量显著增长。67岁的罗开桃是村里制作手工灯笼的能手,她熟练演示着装裱、刷胶、贴纸、下模封口等工序,一个个灯笼骨架在她手中变成栩栩如生的成品。“从我们父辈起,村里就有近200户制作手工灯笼,农闲时靠这补贴家用,一天能做100多个。”

为助力“老手艺”走稳“新赛道”,国家税务总局崇阳县税务局立足手工灯笼产业实际,逐户分析企业技艺革新和生产经营状况,以“政策+服务”为双引擎开展个性化税收辅导。通过“在线咨询”“远程管家”等线上渠道畅通交流,引导企业合规经营、诚信纳税,帮助其尽享税惠。“税费优惠政策落地,让我们看到了税务部门支持传统民俗工艺发展的诚心,我们将创作更符



合现代审美意趣的作品,发挥连接传统文化与消费者的纽带作用。”吴金旺表示。

在另一家以生产中式传统灯笼为主的崇阳中宇工艺股份有限公司,工人们正专注地进行剪纸、裱糊等工序,一个个寓意吉祥的灯笼就此完成。总经理何伟柱说:“每天30多名工人制作,日出货量3000至4000只,产品销往北京、天津、义乌等地,市场反响很好。”

此外,该局组建专业税费政策宣传团队,向村民详细介绍城乡居民养老保险、医疗保险费等政策。“税务人员教会我们手机缴医保费,国家的好政策让我们更有信心传承老一辈的手艺!”村民黄龙凤说。春节已过,税暖犹存。崇阳县税务局将继续传递“税务温情”,送出税惠“红包”,助力传统手工艺持续焕发光彩,守住万家灯火。

湖北省咸宁市横沟桥“光谷南”产业基地总体规划(修编)环境影响报告书第二次公示

咸宁高新技术产业开发区管理委员会就《湖北省咸宁市横沟桥“光谷南”产业基地总体规划(修编)环境影响报告书》第二次公示。根据《中华人民共和国环境影响评价法和环境影响评价公众参与办法》的要求,现征求与横沟桥“光谷南”产业基地总体规划(修编)环境影响报告书有关单位和公众的意见。公示期间,公众可按照下方链接格式填写意见,填写后将与本项目环境影响评价和环境影响评价有关的意见和建议,并附上有效的联系方式及常住地址,以便联系。公示期间,公众可采用匿名方式提交意见,并附上有效的联系方式及常住地址,以便联系。公示期间,公众可采用匿名方式提交意见,并附上有效的联系方式及常住地址,以便联系。

遗失声明

王雄卫遗失残疾人证,证号:42230119471019607044B1,特声明作废。赤壁市三兴钙粉厂遗失财务专用章以及法人私章(宋神助印)各一枚,统一社会信用代码:92421281MA4C6XDU6P,特声明作废。赤壁市锦峰钙粉厂遗失财务专用章以及法人私章(周容辉印)各一枚,统一社会信用代码:92421281MA48Y2A7J,特声明作废。