

“活力”金秋看“十一”

——2021 国庆黄金周盘点

红色旅游厚植家国情怀,线上线下消费持续火爆,文化活动异彩纷呈……“十四五”开局之年的国庆假期,神州大地勾勒出一幅幅欢乐祥和、富足兴旺的美好画面。

无论是回家团圆还是拥抱“诗和远方”,无论是感受传统文化还是新兴经济魅力,活力四射的假日经济背后,呈现的是一个生机勃勃的中国。

“诗和远方”:旅游消费亮点不断

“流动中国”,畅通而有序,旅游消费亮点不断。

今年国庆假期,曾因疫情关停全市所有景区近一个月的湖南张家界,迎来恢复开放后的首个黄金周。

张家界市文化旅游广电体育局相关负责人介绍,张家界市各等级景区景点均已开放,全部采取“限量、预约、错峰”措施,安装了“疫情防控健康通道”检测设备,各个景区接待游客量均不超过最大承载量的75%。

在保证疫情防控常态化的前提下,这个黄金周,不少热门景区及城市地标人流涌动,尽展“流动中国”的生机与活力。

在四川三星堆博物馆,游客呈爆发式增长,门票连续多日销售一空;在九寨沟景区,接待游客连续多日达到4.1万人次的最高承载量;北京环球影城、上海迪士尼乐园内,热门项目等待时间普遍超过2小时……

有统计预测,今年国庆假期全国国内游人次将达6.5亿,恢复至2019年同期的八成以上。交通运输部的数据显示,国庆黄金周期间,全国交通运输部门预计共发送旅客超4亿人次。

这是恰逢建党一百周年的国庆黄金周,红色景区迎来“打卡热”——

“独立寒秋,湘江北去,橘子洲头……”橘子洲青年毛泽东头像前人头攒动,一位来自广州的“90后”游客情不自禁地吟诵起《沁园春·长沙》,他对记者说,来长沙之前,就想着一定要“打卡”橘子洲,实地感受革命者们“为人民谋幸福、为民族谋复兴”的壮举豪情。

这个假期,话题“这才是国庆该去的地方”登上微博热搜。从上海中共一大纪念馆到嘉兴南湖红船,从革命老区到中国共产党历史展览馆……无数游客选择去追寻心中的那一抹“中国红”。

据统计,假期首日,广州15家红色景区接待游客超7万人次;假期前三天,井冈山景区接待游客13.05万人次,比2019年同期增长9.66%……

这是全面建成小康社会后的第一个国庆黄金周,绿色乡村旅游“圈粉”无数——

达东村位于拉萨近郊,这里交通便利、风光秀美,被誉为拉萨“最美乡村”,是西藏自治区首批绿色旅游示范基地。“入秋后,天气转凉,村里的温泉民宿,已经预订到节后了。”达东村乡村旅游项目经理多明兰介绍,国庆前三天,全村共接待游客约1900人次,其中本地游客占80%左右。

飞猪数据显示,假期前三天,乡村民宿订单量环比上月增长超560%,增速超过酒店。

“买买买”:线上线下人气爆棚

购物,是黄金周消费的永恒主题。2021 国庆黄金周,“买买买”既展现了消费复苏的活力,又透露出新的消费动向和趋势。

夜幕降临,灯光闪烁。在北京一处露天集市的网红咖啡调制现场,表演者的演奏引来“赶集”的年轻人纷纷拍照留念。

这是朝阳大悦城广场举办的“2021



10月1日晚,游客在山东省枣庄市台儿庄古城夜游。 新华社发 高启民 摄

青年理想生活节”的一幕。汉服歌舞秀、即兴戏剧表演、草地弹唱……打造300平方米城市露营地,容纳咖啡精酿、烟火小吃、潮玩文创等特色活动,消费体验与社交空间巧妙融合,这里成为不少年轻人的国庆“打卡地”。

国庆首日,银泰百货位于多个城市的门店客流大增,同比上涨超过20%,大悦城北京大区商业总销售额超过6000万元,同比增长37%,总客流同比增长38%。

夜色之下,长沙“夜经济”最集中的五一商圈,大街小巷摩肩接踵,人声鼎沸。“网红”奶茶店每隔二三十米就有一家,堪称“同街竞技”“遍地开花”,门口排起长队,年轻人三五成群前来“打卡”。

线下消费火热,线上消费也势头不减,新意十足。本地游、周边游火爆,新玩法带动新消费。部分电商平台数据显示,自驾游带动了车载电饭煲销量环比增长近20%。露营类、冲浪类、垂钓类商品销售增长明显。

与此同时,品质化、个性化消费特色更加凸显。京东相关数据显示,国庆期间,消费占比前五类商品分别为家用电器、电脑办公、手机通讯、食品饮料和数码产品。其中,北京、上海等地扫地机器人交易额同比增长超三成。北京、广州等地健康监测类智能设备交易额同比增长超2倍。

消费升级不仅体现在城市,还有乡村,购买进口货和个性化产品成为越来越多“小镇青年”的选择。天猫国际数据显示,国庆期间,四五线以下城市及农村地区的进口消费增速高于一二线城市,部分乡镇,农村进口消费同比增长超过55%。

无论是线下客流量增加,还是线上订单大涨,背后是国内疫情防控形势好转下人们消费信心的进一步增强。美团数据显示,综合餐饮、住宿、旅游、娱乐、出行等业务消费数据来看,今年国庆期间总消费额同比上涨约三成,比2019年同期上涨51.6%。

在疫情防控常态化条件下,餐饮消费也在加快恢复。“老字号”便民坊相关负责人告诉记者,国庆期间,便民坊客流量基本与2019年持平,餐饮消费处于持续恢复状态。



10月7日,两名年轻人在北京一家影院观看电影《长津湖》的海报。 新华社记者 李欣 摄

文化“盛宴”:“好戏连台”彰显艺术魅力

国庆假期,各地影院人气持续升温。“十一”当天,我国电影票房突破6亿元,其中,《长津湖》更是以当日突破4亿元的票房成绩强势领跑。这不仅刷新了国庆档影片单日的票房纪录,也在同档期影片中占据排片占比、观影人次、上座率等多项数据的第一。

这部时长近3小时的红色主旋律国产大片,带领观众重回抗美援朝战场,讲述志愿军连队为夺取长津湖战役胜利在极端艰苦条件下的坚守与奋战,不论故事、场景还是人物、镜头都让人为之动容。

位列单日票房第二位的是《我和我的父辈》,该片通过“家与国”的视角描写父辈们接续奋斗的经历,讲述中国人的血脉相连和精神传承,再现中国人努力拼搏的时代记忆。

此次国庆档影片,以“爱国主义”激发观众强烈共鸣。国家电影局初步统计数据,截至10月7日17时,2021年国庆档票房达42.46亿元。其中,《长津湖》以30.9亿元票房领跑,打破国庆档影片票房纪录。

“为了下一代远离硝烟,英雄们把热

血融进土地。《长津湖》是悲壮的离歌,更是燃烧的史诗。”一位网友在看完影片后这样评论。

享文化盛宴,为精神充电,“过文化节”是近年来的新时尚。

长假刚开始,“敦行致远:故宫敦煌特展”国庆七天预约已显示门票售罄。在昆山,第八届中国昆剧艺术节如约而至,《浣纱记·吴越春秋》《瞿秋白》等陆续登场。在北京,第五届中国戏曲文化周国庆亮相园博园,红色戏曲经典交响音乐演唱会《百年恰是风华正茂》等曲目讴歌时代。

老艺术家披挂上阵,新秀粉墨亮相,年轻观众前来捧场……国风、非遗引领新潮流。

到兰州,看“如意甘肃·多彩非遗”全省非遗展演,听“高亢、道情悠扬;来洛阳,“黄河非遗国际创意周”带你开启黄河非遗之旅;登泰山,体验“国庆吃面 国泰民安”新民俗,祝愿国运绵长。

爱国主义旋律在神州大地唱响,黄金周假日经济效益凸显,消费升级亮点纷呈……这个黄金周,折射的是中国经济的不断发展变化,展现的是人们对美好生活的热切向往。

新华社北京10月7日电
新华社记者 樊曦 于佳欣 周圆 戴小河 刘良恒 王鹏

长津湖的寒冷,与战斗一样残酷

——走访抗美援朝纪念馆

1950年11月下旬,朝鲜长津湖,气温零下40摄氏度,簌簌白雪从天而降,大地被寒冰覆盖,撤退的美军警戒地摸索前进,突然,他们发现对面站着一排排中国人民志愿军战士。

这些穿着单薄棉衣的战士端着枪,每个人都保持着作战动作。可面对进犯的敌人,他们却没有开火。美军走近了才发现:整连志愿军战士已被冻成一座座“冰雕”——这个场景出现在国庆档上映的电影《长津湖》中。

志愿军战士被冻成“冰雕”的画面,在位于辽宁省丹东市的抗美援朝纪念馆“冰雪长津湖”场景中也有体现。“‘冰雪长津湖’以声光电的方式,再现了抗美援朝第二次战役东线的长津湖战役的壮丽场景。通过蓝色的主色调和堆砌的冰雪,观众可以直观地感受到:这场战役中,志愿军面对的主要敌人是寒冷,像炮弹一样可怕。”抗美援朝纪念馆副馆长、抗美援朝研究专家张校瑛说。

据张校瑛介绍,志愿军第9兵团原本准备在辽阳、沈阳等地稍事休整并换装,但由于战况紧急,十几列火车仅在沈阳停留片刻便火速赶往朝鲜。“火车停留期间,东北后勤部看见这支入朝部队穿着如此单薄时非常吃惊,立即动员干部战士脱下身上的衣帽换给他们,但由于停车时间短,衣帽很多没来得及送上车。就这样,第9兵团大部分战士身着大檐帽、胶鞋和单薄的棉衣进入长津湖地区。”

“志愿军第9兵团的战士大多来自南方,对北方的天气不是很了解。”张校瑛说,而长津湖地区是朝鲜北部最为苦寒的地区。“战役进行期间,战区连降大雪,官兵们衣着单薄、粮弹缺乏、忍饥受冻,有的部队一两天只能吃上一顿结冰的高粱米饭,冻伤减员严重。此外,由于严寒的天气,志愿军部队配备的许多迫击炮无法使用,枪栓被冻无法击发,通信联络也极不畅通。”

参观过程中,讲解员高真真讲了这样一个故事:1950年12月初,志愿军战士朱彦夫奉命随部队参加抗美援朝。长津湖战役中,朱彦夫所在连队冒着零下30摄氏度的严寒,与装备精良的敌人血战三天三夜,全连仅他一人生还。“朱彦夫作战时受伤昏迷,残酷的战斗和恶劣的天气使其躯体受到严重伤害,经历47次手术、昏迷93天后,他的双手以及膝盖以下肢体被截去,左眼失明、右眼视力降至0.3。”2019年,朱彦夫被授予“人民楷模”国家荣誉称号。

即便是在这样恶劣的条件下,志愿军还是完成了战略任务。记者在抗美援朝纪念馆了解到:1950年11月27日,志愿军第9兵团在东线战区对美第10军发动的总攻势进行猛烈反击,于11月28日完成了对长津湖地区美军的分割包围,将美陆战第1师和步兵第7师一部包围于柳潭里、新兴里、下碣隅里等地;11月30日晚,志愿军第27军对新兴里美军第31团发起进攻;新兴里战斗胜利后,志愿军第9兵团针对东线之敌突围南撤的情况,采取了围追堵截战术,经过数日激战,给予美陆战第1师和步兵第7师一部歼灭性打击,打开了东线战局,保障了志愿军西线的侧后安全。

“纪念馆向社会征集抗美援朝时期文物期间,中国人民志愿军第9兵团司令员兼政治委员宋时轮的子女将他在抗美援朝时期使用的望远镜及卡宾枪捐赠给了纪念馆。”张校瑛说。

除了“冰雪长津湖”,在抗美援朝纪念馆还有“激战云山城”“钢铁运输线”“无敌抗道”“鏖战上甘岭”等场景,分别从不同侧面再现了伟大的抗美援朝战争和抗美援朝运动的光辉历史。

“纪念馆通过再现这些场景,展现伟大的抗美援朝精神,表达对烈士的无限缅怀。”张校瑛说。

新华社沈阳10月7日电
新华社记者 高爽

杭州“十一”假期后初中取消统一早读

新华社杭州10月7日电(记者俞菀 顾小立)记者近日从杭州市教育局获悉,为进一步规范初中学校作息时间和课后服务,“十一”假期后,杭州初中学校将全面取消统一早读,上课时间一般不早于8:00。

杭州市教育局相关负责人表示,除周一晨会外,各初中学校不得要求学生提前到校参加统一的教育教学活动。各年级、班级不能层层加码将到校时间进一步提前。对个别因家庭特殊情况提前到校的学生,学校应提前开门、妥善安置。

杭州市教育局要求各校合理安排学生活动和休息时间:各校要充分考虑到课后服务后部分学生在校时间延长的实际情况,在保证正常的体育课、大课间、课外活动课基础上,为学生提供更多的自主活动时间和空间。学校应积极创造条件,保障学生必要的午休时间。

这位负责人明确,学校应根据课后服务开展和学生参与的实际,科学设定下午放学、晚餐及晚自习时间。非寄宿制初中晚自习结束时间不得晚于20:30,寄宿制初中晚上就寝熄灯时间不得迟于21:30。

同时,杭州市教育局进一步规范了课后服务要求,明确学校应合理安排学生下午放学后至晚自习开始前托管服务内容;要给学生安排一定的自主活动时间,开放学校体育场(馆)、图书馆、阅览室等;支持鼓励学生走出教室开展文体活动。坚决避免“一刀切”将学生留在教室里自修、辅导。

杭州市教育局还要求科学安排晚自习内容:晚自习以学生自主学习、完成作业为主。学校可根据实际情况,适当开展个别辅导、自学指导、学业答疑等。严禁利用晚自习集体授课,避免晚自习变成“补课班”。

疫情下中国假日消费的红利倍显珍贵

假日消费是观察中国经济活力的重要窗口。尽管受到新冠疫情影响,今年“十一”黄金周期间,中国市场仍保持旺盛消费活力,旅游度假、线上线下消费、免税购物等持续升温。多国学界、商界人士认为,在疫情肆虐、不少经济体仍未恢复的背景下,中国假日消费带来的红利倍显珍贵。

中国消费驱动“转型红利”

旅游产品已成为中国民众黄金周消费的重要内容。今年“十一”黄金周期间,全国多地景区迎来客流高峰,一些名胜景区接待游客人数达到最大承载量,显著带动住宿、餐饮、购物等消费。韩国贸易协会国际贸易通商研究院院长李元锡说,在国内疫情得到控制、消费需求大幅提升的情况下,长假期间国内旅游将进一步促进内需。

北京环球度假区、上海迪士尼乐园等假日期间人气高涨。据香港《南华早报》网站报道,北京环球度假区向公众

开放以来便一票难求。中国顶级主题公园推动国内建设世界级旅游业。麦肯锡咨询公司认为,被疫情压抑的旅游需求为中国提供了加速实现其“双循环”目标的良机。

电影消费正成为长假消费新热点。美国有线电视新闻网4日报道,影片《长津湖》打破了中国国庆假期的票房纪录,可能成为今年全球票房第二高的影片。报道指出,2020年中国超过美国成为世界最大电影市场。

日本时事社认为,中国政府正努力改变经济依赖投资和出口的局面,转向推动以内需为支柱的“国内大循环”。充分挖掘国内市场潜力,扩大消费的思路充满机遇。

中国消费释放“外溢红利”

据中国海关统计,10月1日,海口海关共监管海南离岛免税购物金额1.71亿元人民币,同比增长122%。随着进口渠道拓宽、免税购物政策更完善,中国消费者不出国门就能选购全球好物,

中国市场助力疫情下企业业绩增长。李元锡说,外界广泛认为中国居民消费将再度爆发。

中国市场一直被日本企业资本视为最具成长性的市场。资生堂日前宣布,公司投资635亿日元(约合5.68亿美元)新建的商品供应基地在大阪落成,将生产面向中国等海外市场的产品。资生堂计划加大力度拓展中国市场,到2023年将中国市场销售额提高至与日本国内销售额相当的水平。

澳大利亚保健品企业澳佳宝公司首席执行官阿拉斯泰尔·赛明顿表示,公司在中国市场的收入上涨得益于中国市场的持续复苏和出色的在线营销。该公司将中国列为其重点市场,并在上海设立了公司第一个全球创新中心。

中国消费示范“决策红利”

在全世界都探寻经济复苏良策的背景下,中国政府提振消费的举措和中国展现出的消费动能对其他国家具有借鉴意义。

