

国内 1.07 亿人次出游 出游总花费 510.47 亿元
全国揽投包裹超 27 亿件 中秋档电影票房 3.89 亿元

“人潮”涌动“人气”！ 数字盘点 2024 年中秋假期



游客在北京大钟寺古钟博物馆内游览。

新华社发



非遗炭花舞表演。

新华社发

相关

中秋假期出入境 525.6 万人次

据新华社电 国家移民管理局 18 日通报,今年中秋节期间全国边检机关共计保障 525.6 万人次中外人员出入境,日均 175.2 万人次,较去年中秋假期同期增长 18.6%。其中,内地居民出入境 263.2 万人次,较去年同期增长 15.1%;港澳台居民 207 万人次,较去年同期增长 7.3%;外国人 55.4 万人次,较去年同期增长 62.2%。共计查验出入境交通运输工具 24.2 万架(艘、列、辆)次,较去年同期增长 37.6%。

中秋假期出行人数 超 6.2 亿人次

据新华社电 记者 18 日从交通运输部了解到,今年中秋节假日(9 月 15 日至 17 日),全社会跨区域人员流动量 62956.4 万人次,日均 20985.4 万人次,比 2023 年同期日均增长 31.1%。

具体来看,铁路客运量 4257.3 万人次,日均 1419.1 万人次;水路客运量 198.1 万人次,日均 66 万人次;民航客运量 506.9 万人次,日均 169 万人次。公路跨区域人员流动量(包括高速公路及普通国道省道非营业性小客车人员出行量、公路营业性客运量) 57994 万人次,日均 19331.3 万人次。

中秋假期全国揽投 包裹超 27 亿件

据新华社电 国家邮政局监测数据显示,今年中秋假期(9 月 15 日至 17 日),全国邮政快递业揽收快递包裹 13.07 亿件,比去年中秋假期日均增长 35.4%;投递快递包裹 14.07 亿件,同比增长 45.7%。

链接

错过再等 60 年 “超级中秋月”你看了吗

每年中秋,赏月都是重头戏。今年的“超级月亮”与中秋满月几乎完美重合这样的天文现象平均每 60 年才会出现一次,其罕见程度足以让每一个仰望星空的人感到震撼与幸运。

“超级月亮”不是一个天文术语,本质上是“近地点满月”,也就是满月时月球正好位于近地点附近,视直径比一般时候的满月大,亮度也高,但仅凭肉眼是难以分辨出这种差别的。

中国天文学会会员、天文科普专家修立鹏表示,“超级月亮”并不罕见,每年都有。今年有四次“超级月亮”,9 月 18 日是第二次。接下来的两次将分别出现在 10 月 17 日和 11 月 16 日。其中,9 月 18 日的这次是本年度最大的一轮满月。

值得一提的是,这次满月发生时还会迎来一次食分非常小的月偏食,即月亮的一部分处在地球的本影之内,在地球上看来,月亮会出现部分残缺。“遗憾的是,这次月食发生在北京时间 18 日上午,正值我国白天,公众无缘看到。如果当天你恰好处在西半球,则有机会看到这次‘天狗吃月亮’。”修立鹏说。

据新华社电

丹桂飘香,明月皎皎,又是一年中秋节。

车站机场熙熙攘攘,热门景点人头攒动,影院剧场座无虚席……今年中秋假期,国内 1.07 亿人次出游、出游总花费 510.47 亿元,“人潮”带动“人气”,汇成一幅流动中国的优美长卷,折射中国经济稳中有进的发展态势。

传统民俗活动推陈出新

9 月 15 日晚 6 点,北京园博园三号门广场,以“月映雅乐中秋情”为主题的民俗演出在现场观众热烈的掌声中开场。民乐打击乐《龙腾虎跃》鼓点铿锵,一曲奏罢,观众仍沉浸在旋律之中。

投壶下棋、国风表演……同日晚,正在重庆市梁平区举行的“双桂揽月·只此中秋”游园会,吸引不少市民参加。“我和朋友专门穿着汉服来体验游园会,还亲手制作了漆扇。”市民陈女士说。

中秋佳节,全国多地立足传统民俗、创新文化场景,推出了丰富多样的文化活动,更好满足消费者需求。

出行数据显示,灯会游园需求旺盛。根据滴滴出行数据,中秋假期,北京园博园、昆明大观公园、广州文化公园举办了中秋灯会,打车需求相比端午假期分别上涨 340%、155% 和 82%。河南开封万岁山武侠城景区举办中秋专场音乐会,打车需求上涨 152%。

中国人民大学公共管理学院教授许光建说,各地以共度中秋佳节为契机,深入挖掘诗词歌赋、礼仪风俗中的文化内涵,积极打造文化新产品、新业态,推动了中华优秀传统文化创造性转化、创新性发展。

消费更趋理性和个性化

今年中秋假期,国内消费市场继续彰显活力。

商务部有关监测数据显示,假期 3 天,全国重点监测餐饮企业销售额同比增长 6.5%,重点监测企业绿色有机食品、

通讯器材销售额同比分别增长 18.1% 和 5.7%;全国实物商品网上零售额同比增长 8.9%。

中秋寻古,吃月饼是必不可少的一环。今年月饼市场兴起了“简约风”,不少礼盒包装层数不超过三层。月饼在分量上也进行了“瘦身”,小包装、迷你月饼成为市场新宠。

商务部研究院副研究员庞超然说,消费者逐渐从过去的盲目追求奢华,转变为更加注重品质和口味,月饼这一传统节日食品正回归其文化内涵和本质意义。

消费市场更趋理性和个性化。美团数据显示,中秋假期,“中秋”“团圆”主题餐饮团购订单量较去年同期增长超 5 倍,餐饮堂食增长近 20%;休闲露营订单量同比增长 312%,DIY 手工坊订单量同比增长 136.8%。京东数据显示,低糖月饼备受青睐,比如低糖五仁月饼成交额同比增长 45%;性价比较高的白酒受到消费者追捧,在调研中更多消费者选择单价在 100 至 300 元的白酒。

“节假日消费是观察经济活力的一扇窗口。中秋假期,理性和个性化消费趋势明显,表明我国经济结构持续优化,逐渐形成需求牵引供给、供给创造需求的更高水平动态平衡。”庞超然说。

文旅融合趋势明显

中秋节期间,在位于宁夏中卫的沙坡头旅游景区,连绵的沙丘、壮美的黄河吸引着众多游客纷至沓来。来自四川成都的崔璐陪同父母在沙坡头体验了骑骆驼、大漠飞天等项目,“和家人在这里感受大漠风情,体验中国传统文化,很是难忘”。

旅游市场持续火热。据文化和旅游部数据中心测算,中秋节假期,全国国内出游 1.07 亿人次,按可比口径较 2019 年同期增长 6.3%;国内游客出游总花费 510.47 亿元,较 2019 年同期增长 8.0%。

文旅融合是突出亮点。飞猪数据显示,中秋假期,赏月游、赏灯游的搜索热度同比分别增长 61%、267%,北京园博

园“京彩灯会”、成都武侯祠拜月祈福仪式等主题活动成为中秋假期赏月游、赏灯游热门景点。

出境游延续较高增长态势。飞猪数据显示,中秋假期出境游预订量在端午基础上继续增长,境外门票、境外当地玩乐、国际邮轮预订量环比端午假期均保持两位数增速。

“重视文化体验和个性化服务是今年中秋旅游市场的突出特点。欣欣向荣的假日旅游市场,彰显着中国经济发展的新活力。”许光建说。

文化市场火热向好

中秋假期,电影市场供给丰富。根据国家电影局统计,中秋档(9 月 15 日至 17 日)全国电影票房为 3.89 亿元,观影人次为 957 万,国产影片票房为 3.32 亿元,占比为 85.35%,《流浪地球 2(3D 版)》《野孩子》《出走的决心》等影片类型多样。

“文博游”热度持续升温。中秋佳节,全国各地博物馆纷纷“上新”各自展陈:重庆巴渝民俗博物馆举办“梦回古今——博物馆中秋之夜”主题游园活动,通过古今交融的陈列展览、非遗展演和民俗消费体验,让市民和游客沉浸式体验古人夜游场景;在长沙简牍博物馆,孩子们身穿汉服,在“古代书房”沉浸式感受古人读书氛围;杭州博物馆邀请游客在中秋之夜亲手制作莲花灯。

携程数据显示,中秋假期,各地博物馆门票订单量较端午假期增长 15%。美团数据显示,湖北省博物馆、陕西历史博物馆秦汉馆等成为假期热门打卡地。

以深度体验传统文化为主的“新中式”消费火热。美团数据显示,中秋假期,茶馆“新中式”主题套餐订单量同比增长 550%，“非遗手工”搜索量同比增长 373%，“国宾馆”搜索量环比上涨 11%。

“总体来看,这个中秋假期,文化活动多样、民俗体验丰富,消费市场活力足、人气旺,假日经济正焕发新的活力。”庞超然说。

据新华社电