

## 醴陵：“一会一节”炒热消费市场

株洲日报全媒体记者/刘毅 通讯员/吴丹丹

逛展会、品美食、玩烟花……“五一”假期，第五届中国烟花爆竹博览会(简称“花博会”)、第二届醴陵炒粉节相继举行，为城市带来巨大的流量，五湖四海的客商、游客等汇聚于此，醴陵消费市场充满活力，动能十足。

数据显示，“花博会”观展人次达30万，现场达成交易额50亿元；为期3天的炒粉节共免费送出炒粉11.6万份、陶瓷盘9万个。其间规模酒店基本满房，接待游客约101.32万人次，实现旅游综合收入约10.98亿元。

## “参展商和采购商收获颇丰”

4月30日，中国陶瓷谷国际会展中心，“花博会”开幕。

1.5万平方米的展馆内，100余家烟花爆竹企业拿出自己的“看家宝”，携明星产品及新品亮相。湖南金鹏出口烟花制造股份有限公司现场发布了“蓝色之恋”“有钱花”等6款组合烟花，其总经理邓小雨介绍：“这些新品造型别致，燃放色彩饱满丰富。”设计团队半年前就开始新品研发，这次有10多款新品亮相，声音更响，花色更炫。醴陵市富招花炮实业有限公司相关负责人介绍。

烟花爆竹从禁燃到限燃再到逐步“松绑”，迎来新的历史发展节点。操着天南海北口音的国内外客商穿梭于展馆间，认真仔细询问产品，四处寻觅商机。

“醴陵的花炮更新换代快，这次看到了很多新品，如‘钱多多’就卖得很好。”客商钟志敏来自江西省瑞金市，在2号馆的醴陵佳欣鞭炮烟花制造有限公司展位，他详细了解该公司“十全十美”“亿万富翁”等爆竹产品，频频竖起大拇指。

采购商王润明专程从四川广元市远道而来，在1号馆的湖南省科富花炮实业有限公司展位内，他饶有兴趣地拿起一款轻奢风系列烟花与工作人员交谈起来。在本届展会上，科富花炮展示了电光花等系列新品，迎合年轻消费群体。王润明说，首次来醴陵参加“花博会”，对未来的合作充满期待。

客商薛小双和同伴连夜从河南出发，到达醴陵后迫不及待观展。



炒粉摊位前排长队。 通讯员/黄永强 摄

“小纸炮有吗”“这一款价格多少”……一路看，一路问，一路谈，薛小双频繁与参展商互加微信。“主要销售鞭炮，想订购相关产品，尤其是醴陵红炮。”薛小双说，逛一次展，就能够了解行业的最新动态和方向，非常便利和高效。

“近两年，醴陵的烟花鞭炮产品种类越来越丰富，效果和质量更好。”山东泰安市客商王炳辉表示，已选到心仪产品，只等与企业深入洽谈。

展会上，参展商们不仅展示了各类创新与传统兼具的烟花爆竹产品，还通过这一平台促进了行业交流，拓展了市场渠道，与各地经销商以及爱好者进行了深入的商务洽谈，收获了不少订单与合作意向。

业内专家评价，“醴陵花博会办出了行业一流水准，参展商和采购商收获颇丰”。

## 一江两岸人潮涌动

5月1日，炒粉节首日，主会场一江两岸人头攒动，粉香四溢。当天虽然户外天气凉爽，下午开始更有雨水“助阵”，可远道而来的游客依然热情高涨。

“色香味俱全，特别好吃。”游客赵国华来自邵阳，吃着免费炒粉直呼过瘾。“人山人海，太有氛围感了。”来自湘潭的游客李志华说，他拍了很多现场短视频，和家人朋友分享。“吃了炒粉去捡瓷器，晚上还

有音乐会和焰火展。”何雪莹定将不虚此行。“选择到醴陵来，就是主打一个好吃好玩。”拖家带口自驾从萍乡来醴游玩的张天磊表示。

游客慕名而来，为消费市场带来了巨大的人流量。“根本忙不赢。反正就是一直在颠锅，不想让远道而来的游客扫兴。”炒粉摊主肖海琪直呼人气超预期。“以醴相待”前厅经理钟文艳表示，排队的食客络绎不绝，非常便利和高效。

“很累，但很开心。”文庙老罗家醴陵店负责人罗宏宏介绍，炒粉节日期间，销售量创开店以来新高，臭豆腐每天销量达1.5万片。峰味鸭头运营总监黄伟说，从没见过这么多人，酱板鸭销量翻了10多倍，炒粉销量更是翻了100多倍。“补货都补不赢，销量是往常的10倍以上。”邓姐姐油火负责人叶振权说。

炒粉节日期间，醴陵市捡瓷手绘地图5G版上线，捡瓷地点可一键导航。该市各捡瓷点车水马龙，游客沉浸其中。统计显示，网红点华盛瓷业捡瓷片区日均人流量超1.7万人次。同时，焰火展、音乐会等活动轮番上演，公交免费坐、景区免费逛等一系列惠民利民措施诚意满满，醴陵花式“宠”客获关注，让游客因为一碗粉，爱上一座城市。

醴陵市文旅广体局负责人表示，今年“五一”来醴人数超往年，文旅经济活跃，呈现一业兴百业旺的状态。

## 快乐五一 幸福游

株洲日报讯(全媒体记者/王军 通讯员/黄星) 5月5日晚，在攸县攸州公园文化广场，一场“众望攸归”国潮来爽·五一嗨唱节如期举行，动人的旋律、热情的演唱、精彩的互动，让现场高潮迭起，掌声不断。

今年“五一”假期恰逢立夏，攸县启动了2024年攸县夏季乡村文化旅游节系列活动，以“众望攸归·与众不同”为主题，先后举办龙王争霸赛、旗袍秀、宋词花朝节、汽车展、美食节等13个文旅主题活动，不仅让游客感受到浓郁的度假氛围，也充分体现了攸县的乡村之美。

作为湖南省首批“湘菜十大名

县”，攸县饮食文化底蕴深厚、资源丰富。“五一”假日期间，酒仙湖景区推出“攸县十大名菜进景区，万名游客免费吃”活动，现场制作包肉、杀猪肉、血鸭、烧汤粉、晒肉、土鸡粉皮、猪干等攸县十大名菜免费让游客品尝。活动短短两天时间内，吸引了上万名省内外游客前来景区品尝攸县美食。此外，景区还开展酒仙主题游园会、桐花男神巡园、酒仙肆肆体验、仙湖簪花体验、桐趣桐玩等活动，让游客到酒仙湖感受了一场亲近自然、放松心情的心灵之旅。

“花间一壶酒，醉了在心里……”一首原创文旅歌曲《花间一湖游》唱出

了攸县厚重的文化底蕴、丰富的文旅资源和独特的城市风貌。五一嗨唱节通过“演出+市集”的模式，不仅让观众享受文化大餐、体验多种娱乐项目，又让商户推广了品牌、赚足了人气。

“五一”假期，攸县文旅系统严格执行24小时值守和领导在岗带班制度，分管负责人深入红色资源保护地以及书店、电影院等文化市场经营单位检查安全生产工作，全县文旅市场安全稳定有序。据攸县文旅广体局数据显示，“五一”假期期间，攸县纳入监测的2个景区累计接待游客15.16万人次，同比增长71.37%；实现旅游收入1470.57万元，同比增长81.13%。

## 炎陵：旅游综合收入增长近四成

株洲日报讯(全媒体记者/廖世伟 通讯员/张和生 吴婷 谢媛) 体验炎帝祭祀、观看民俗表演……尽管今年“五一”假期持续阴雨天气居多，仍难挡人们前来炎陵旅游的热情，该县共接待游客32.7274万人次，同比增长41.34%；旅游综合收入666.7599万元，同比增长38.61%。

“五一”假期，该县推出丰富多彩

的活动迎接八方游客。炎帝陵景区推出“庆五一，共享美好时光”系列主题活动，游客在景区换上汉服，参与体验舞狮舞龙、恭读祭文、敬献花篮、奉香贡品等祭祀活动，并以互动方式，了解国家级非物质文化遗产——“炎帝祭典”，感受传统文化盛宴的独特魅力。

5月3日，2024年“神农谷第二届民俗文化暨民俗表演大赛”在炎陵

神农谷举行。活动以“相约神农谷·品民俗文化”为主题，通过“艺传千载”民俗文艺节目表演、“飘香百里”客家十大碗民俗宴、“情景融合”民俗风情体验、“精彩绝伦”啤酒音乐晚会为载体，让游客尽情享受假期旅行的快乐。

其间，还有不少家长带着孩子，走进炎陵县红军标语博物馆，通过了解革命历史，让孩子们接受红色文化教育。

## 涑口博物馆二期试运行

“免费寻宝有奖”活动，游客领取寻宝线索卡后，到馆内展厅找到线索，拍照打卡并发布至社交媒体，即可凭发布页面到领奖处抽取书籍、文具、明信片等奖品。“活动有趣，对我们学习历史有一定的帮助，我回去会向家人朋友推荐涑口博物馆。”游客胡晋祺表示。

据悉，涑口博物馆二期试运行从5月1日起持续至5月15日，试运行期间开放1至6部分展陈。

株洲日报讯(全媒体记者/邱怡敏 通讯员/高冰捷) 5月1日，经过6个月的精心建设和布展，涑口博物馆二期(涑口历史文化展馆)开馆试运行。

涑口博物馆二期(涑口历史文化展馆)面积710平方米，设置“涑水东来，湘江北去”“政区初建，以利民生”“文缘山水，古韵流芳”“商业重镇，万家灯火”“风云激荡，开辟新章”“涑口新生，晖光映春”“融城发展，再创辉煌”7个部分，以及民俗非遗部分内容，展示了涑口地区从远古的人类活动痕迹，到唐宋文化的兴衰，再到楚汉风云的变迁；从涑洲府的设立、株洲市的崛起，再到涑口区成立以来的历史沿革。2021年1月12日，涑口博物馆正式开馆，一期建成杨得志上将生平业绩陈列馆，二期与一期外貌风格一致，连为一体。

当天下午，涑口博物馆还开展了

## 茶陵：非遗进景区添“戏”味

目。演员们精湛的技艺、优美的扮相、高亢激昂的唱腔、行云流水的身法，赢得了游客阵阵喝彩。

“第一次在景区近距离观看传统戏曲，真的很惊喜。”江西游客刘林艳说。

2012年，茶陵湘剧被列入湖南省非物质文化遗产名录。“五一”假期，茶陵湘剧进景区演出活动开展了四期，分别走进花湖谷、茶乡花海等景区，这是茶陵县将优质文化资源转化为优质旅游资源、促进文旅深度融合

的具体行动，不仅让游客们感受到了地方戏曲的艺术魅力，还为茶陵文旅市场发展注入新的动力。

非遗进景区，点燃茶陵旅游市场。据统计，“五一”假期，茶陵县纳入监测的2个景区，累计接待游客9.0062万人次，同比增长27.01%；实现营业收入511.1685万元，同比增长22.6%。为确保假日期间文旅市场平安有序，茶陵县文旅系统安排专人24小时值守各景区，全力护航“小长假”。

## 时事·聚焦

责任编辑、美术编辑：肖星平

## 四重“新”意打造“五一”消费新图景

刚刚结束的“五一”假期，国内旅游出游人次、国内游客出游总花费等多个数据超过2019年同期水平，新玩法、新动能、新方向、新增量等多重“新”意不断涌现，打造出更丰富多元的消费新图景。

## 花样玩法注入新活力

冰雪虽然消融，雪场却没有沉寂。来自南京的王女士没想到，这个假期带着孩子在长春“打卡”的双轨滑雪、高空滑索等娱乐项目，竟是天定山滑雪场“焕装”而来。

“探索四季运动新玩法，让滑雪场的夏天同样值得期待。”天定山旅游度假区小镇工作人员蔡慧瑜告诉记者，通过四季旅游、研学、住宿等业态联动运营，小镇89栋民宿假期几乎天天满房，未来还计划引进精品夏季体育赛事，以文旅融合丰富游客游玩体验。

除了雪场“不打烊”，多地乘“热”而上，将资源禀赋与国风国潮、赏花露营、主题市集等“流量密码”打通盘活，着力满足游客多元化、个性化需求。

新疆克拉玛依市利用戈壁、山地、沙漠等自然资源，开展低空飞行、无人区穿越、越野骑行等特种旅游项目；重庆打造的潮店体验路线，以“巴适”“开胃”“多巴胺”三大主题串联起不同特色的门店；游客在西安快闪市集不仅可以欣赏国风舞蹈等演出，还能沉浸式体验古法敲背、陶瓷绘画、蹴鞠游戏……

把白天交给“City Walk”(城市漫步)，夜晚留给“City Drink”(城市之饮)。伴随各地气温逐渐回升，暴走奔波后享受不同风味的精酿，成为不少年轻人“打开”陌生城市的新方式。

文化和旅游部数据显示，已纳入监测的国家级夜间文化和旅游消费集聚区夜间客流量7257.58万人次，按可比口径较2023年“五一”假期增长6.9%。

## 换新促销激发新动能

推动汽车换“能”、家电换“智”、家装厨卫“焕新”……“五一”期间，消费品以旧换新等多种打折促销活动激活“假日经济”。一池春水，商务部重点监测零售企业汽车、家电、家具销售额同比分别增长4.8%、7.9%、4.6%。

“活动发放的汽车消费券总额300万元，每台车最高补贴4000元。除了置换补贴，还有其他优惠，总体力度还是很吸引人的。”3日一早，“浙里来消费·2024汽车消费嘉年华”在绍兴进行，市民张女士与家人详细了解多种车型的优惠价格。

记者梳理发现，“五一”前夕，福建、山东、



续上升的势头。携程租车平台“五一”期间新能源车订单量同比增长70%；飞猪的租车订单中，新能源车占比也大幅提升，预订量同比增长超过50%。

“假期跟朋友约了一趟河南自驾游，除了开封、洛阳这些古城早就想去转转，还准备去许昌的胖东来打个卡。”来自沈阳的徐先生早在4月下旬就在飞猪平台预订了一辆新能源汽车自驾游。行程自5月1日开始，从沈阳坐高铁到郑州，在郑州东站取车，5月5日返程，正好赶上高速免费。

“新能源车补能网络越来越健全了。”他说，“我们目前也考虑入手一辆新能源SUV，趁着假期正好体验一下。”

低碳先行，自带洗漱用品、减少洗涤用品次数也是当下不少年轻人入住酒店的新选择。从“五一”期间预订数据看，携程带有“低碳酒店”标签的订单同比增长51%，其中河北、安徽、福建成为“低碳酒店”订单增长前三名的省份。

## 文化消费带来新增量

电影票房突破15亿元，观影人次达3777万，热门博物馆客流持续保持高位，演艺、非遗、文化遗产等元素与旅游深度融合……这个“五一”，丰富多彩、富有内涵的文化消费亮点纷呈，和吃、住、行、购等领域的快速增长相映成趣。

步履交错间织锦绸掩映、鏊金翻飞……3日晚在广州市白鹅潭大湾区艺术中心举行的“2024广东非遗时尚之夜”，依托服装秀和静态展等不同形式，展现广绣、潮绣、抽纱等传统手工艺与当代服装设计。从汕头专程而来的游客张女士表示：“不虚此行”。

从延长闭馆时间到举办诗词对答活动，从创作歌舞剧到推出特色文创产品，假日期间，各大文博场馆、历史文化景区把握文化消费带来的新增量，结合自身情况创意策划、升级服务，让观众在历史文化长河中自由徜徉。

天津博物馆与天津芭蕾舞团首次跨界合作，呈现文物与艺术的美妙融合；湖北省博物馆首次展出睡虎地秦墓出土的竹简主人“喜”3D复原头像；成都武侯祠博物馆推出典雅团扇、别致茶具等三国主题文创产品……

“人气”“文气”“烟火气”点亮了“五一”文旅消费市场。中国传媒大学文化产业管理学院副院长刘江红表示，各地融合文化创意巧思，打造的消费新场景、新空间丰富了游客的节日体验和精神享受，也将助推经济向“新”而行。

据新华社

“五一”假期，商务部重点监测餐饮企业销售额同比增长7.1%。美团数据显示，假期前三天，全国餐饮堂食订单量较去年同期增长超73%，部分餐厅排队等位超过1000桌，餐饮消费依旧保持较高景气。

## 绿色低碳成为新风尚

凭借灵活自由、便利舒适等优势，自驾仍是“五一”假期出行的首选交通方式。交通运输部6日发布的数据显示，今年“五一”假期全社会跨区域人员流动量约13.6亿人次，比2023年同期增长2.1%，其中自驾游出行量超10.7亿人次。

与此同时，绿色消费在市场结构中呈现出持

## 新华时评

## 让“县域文旅热”成为旅游新常态

新华社记者 胡锦武

“五一”小长假期间，一些小而美的县域景点成为游客热门打卡地。相关数据显示，“五一”假期四线及以下城市旅游预订订单增幅明显高于一二线城市，印证了县域小众景点日益受到青睐。

与各大景区和重点旅游城市继续上演“人从众”模式相比，一些县域景点在“五一”假期显得更加从容、富有亲和力。记者在江西上饶一县域旅游景区看到，虽是旅游旺季，这里并没有人满为患，游客既可以享受青山绿水的怡人生态，又可感悟当地文化的深厚底蕴，加上有成熟商业化运营模式的加持，让游客流连忘返。

随着旅游成为生活必需，越来越多人不再满足于“到此一游”，而是更注重旅游的体验感。各大景区和重点旅游城市年度一度的“人看人”景象，让我们看到的是国内旅游消费需求的旺盛，而“县域文旅热”的涌现则表明大众旅游消费日趨理性，愈发追求舒适。

“县域文旅热”也是国内旅游市场日趋成熟的体现。随着大众旅游观念的多元化，过去旅游市场单一化、同质化的情况正在改变，多层次、多业态、多样化的市场格局逐渐形成。

新格局的出现既是机遇也是挑战。各地主管部门要在旅游业的细分领域做好文章，尤其要把眼光放长远，把握旅游业日益追求个性化、小众化、舒适感的趋势，顺势而上，力求让“小众旅游”出圈，升级为“精品旅游”。这对各地文旅部门“深耕当地”的能力提出了更高的要求：一方面要提高发现力，对坐拥的优质文旅资源不能视而不见，做到“心动便行动”，敢于放手去干，多以服务加分、减少行政干预；另一方面，在尽量让当地“小众景区”留住天然的朴素美的同时，要防止同质化发展和各自为战的僵化思维，而应与地域相邻、特色相近的县区联手，串珠成链，做大区域优势。

旅游业素有“无烟工业”“绿色经济”之称，是各地一直看重的经济增长点之一。而得益于近年来国内铁路、公路线路甚至飞机航线的织密，越来越多小县城的旅游设施提质增效，为文旅出圈提供了可能性，也为各县区携手发展带来了契机。

“县域文旅热”的兴起，也打开了县域经济发展的新窗口。无论是露营地、体育赛事还是冰雪旅游、美食旅游……相信只要各地深耕本地特色，秉持真诚待客之道，不断丰富旅游产品供给，创新旅游业态，一些小而美的景点也一定能“广结天下缘，喜迎八方客”。