

重磅解读

一线见闻

春节消费齐发力 点亮龙年经济“开门红”

编者按

春节假期，神州大地处处散发着喜庆的神采。在今年这一超长的春节假期中，消费市场可谓全面开花，精彩纷呈，为国人带来久违年味儿的同时，也让全年的消费进一步回暖实现了“开门红”。中国妇女报全媒体记者探访多地消费亮点，如北京游园跨入“千万大关”、深圳珠宝市场折射新年黄金消费热潮、湖南花炮产销两旺带动富民产业做大做强……具有地域特点的假日消费场景花样翻新，为地区经济增速注入了强劲动力，也进一步丰富了高质量发展新内涵。

北京：“千万热情”掀起最热游园潮

中国妇女报全媒体记者 徐阳晨

据北京市园林绿化局公布，今年春节假期收尾，北京全市公园跨入“千万大关”，共计接待市民游客1092.76万人次，特别是2月17日长假最后一天，市民的游园热情不减，共接待游客117.11万人次，与去年同期相比增加57.83%。

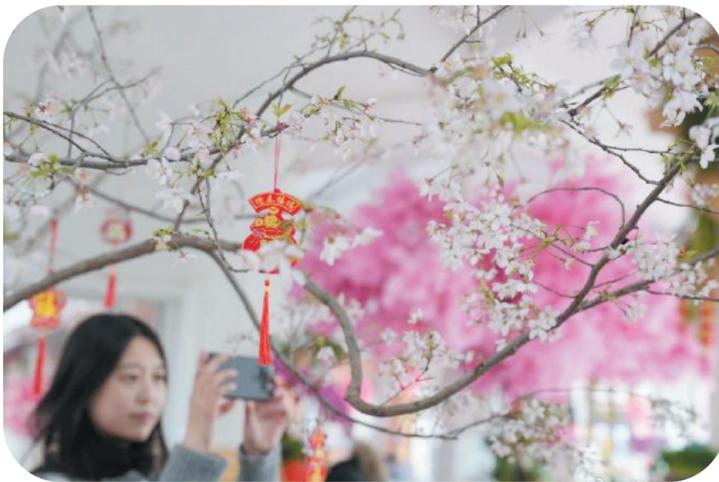
据悉，北京春节期间天气良好，公园也纷纷亮出“绝活儿”，围绕文化游览、自然科普、花卉展览、民俗体验、新春游园会等主题，举办了各类特色文化活动109项。其中，天坛、北海、中山公园等组织了游园送“福”活动；莲花池公园的投壶、做灯笼、迎财神、猜谜语等传统民俗活动颇受欢迎。

“我们特意做了游园攻略，初一先看龙潭湖庙会，初二再去地坛，各公园的游园主题都不同。”北京市民王小姐的游园vlog在小红书上吸引了大批点赞，她告诉中国妇女报全媒体记者，很多市区公园成了新晋“顶流”，推出了舞龙、踩街、京韵大鼓等民俗活动，有些表演已多年未见，全是儿时的美好回忆。王小姐在社交平台与众多游客互动，留言道：得益于现在的文旅大融合发展，游园不仅能看、玩，还能约着朋友花式“打卡”、玩剧本杀、探寻童年乐趣，充满诚意和创意！

随着传统庙会在今年春节全面恢复，老字号餐饮、剧目演出、旧书售卖等文化活动也一并升温。据银联商务数据显示，春节期间旅游消费类消费人次、金额同比分别增长6.5%、11.2%，文化娱乐类消费同比增长30.7%。全聚德、东来顺、便宜坊营业额同比分别增长52.6%、35%、33.1%。

“今年不仅市民多，外地游客的游园热情也高涨。”北京市玉渊潭公园的志愿者蒋先生发现，很多外地游客瞄准了“花样迎春”，特地前来。他介绍，今年玉渊潭公园精准调控了花期，首次实现牡丹、樱花在春节假期反季节开放，让大家提前欣赏到樱花的烂漫、牡丹的雍容。

传统公园热也延续到了新潮场景，在北京网红地标首钢园，楼梯变身悬浮于半空的3D巨龙，百度无人驾驶、AR红包等数智科技



北京市玉渊潭公园早樱绽放。

体验亮相。对于游园“黑科技”，很多年轻人津津乐道，“你看，我只要到站点扫描预约，无人驾驶汽车便快速抵达，在三高炉龙年古风游园会、六工汇观宋游园会和SoReal科幻乐园科技庙会之间无缝对接。”

“我们希望让来自全国各地的游客近距离体验山水自然、工业遗存、冬奥遗产、数字科幻、冰雪潮玩和烟火气息有机融合的首钢园。”首钢园相关负责人表达了活动主办方对“数智游园”的理解。

深圳：巾帼助力新春“淘金”热

中国妇女报全媒体记者 韩嫣然

春节期间，深圳市罗湖区水贝黄金珠宝市场内人头攒动，一片火热。一场“中国黄金新年专供展销会”在国内最大的黄金珠宝交易集散地深圳水贝举办，1000余名加盟商代表、8家中金珠宝权属直营体系企业、全部31家中国黄金供应商参展。首次设立的中国黄金专供产品展位实现新品销量近两吨，折射出新年中国黄金消费“开门红”。

中国妇女报全媒体记者在这里看到，其核心区域一平方公里的市场内集中了上万家珠宝企业。售卖的黄金产品金价以当日国际基础金价为准，一件也是批发价，较一般品牌店具有明显的价格优势。在经济复苏的大背景下，兼具美观和投资价值的黄金珠宝，成为市民的消费新选择，特别是新春来临，不少市民挑选喜欢的黄金饰品以图个好彩头。

记者来到水贝金展珠宝广场负一层的柜台前，看到一对小夫妻正在挑选黄金手镯。“下周我们准备回老家过年了，趁着周末来水贝看看，给老家的小孩买份礼物，也买点首饰犒劳一下过去一年辛苦工作的自己，这里黄金饰品价格低而且款式多，逛了一圈我都挑花眼了。”女生笑着说。

火热的黄金市场更是从线下延续到了线上。随着直播产业兴起，水贝也重点瞄准直播新兴业态，依托传统线下商场专柜、品牌店，开启了线上直播销售模式。据了解，深圳水贝抖音电商直播基地于2020年6月成立，截至2023年底，已服务3500余家商户，2023年成交总额更是超48亿元。目前，通过水贝基地直播的日均动销商家也已经超1500家。

“姐妹们，大家看看这款足金吊坠，采用5G黄金工艺，蝴蝶造型设计，寓意浪漫、唯

美、轻灵，加上链子共4.3克重，特别适合自戴或送人。”

走进直播间，主播果果正在进行直播带货，专业又自信地向粉丝熟练地介绍着各款饰品。“去年我参加了直播电商培训，正式进入这一行业，这份工作最吸引我的是时间自由，既获得了收入，又可以照顾好孩子，在这份工作中我也找到了自己的价值。”

果果所说的培训，正是2023年7月在深圳市罗湖区妇女儿童活动中心举办的深圳市妇联阳光行动“数字引领·助力巾帼”直播电商就业创业帮扶项目的公益课程，培训内容涵盖互联网基础知识、短视频拍摄剪辑技巧、直播带货实战技巧等。学员之中有新就业形态劳动者、低保及失业女性、传媒创业者等。

此外，为帮助新兴领域女性应对创新创业的困难与挑战，2022年在深圳市罗湖区妇联的推动下，全国首个黄金珠宝直播行业妇联组织——深圳市会挑直播妇联妇女联合会成立，并带动了罗湖区女性直播实训基地的建立。如今，春节火热的黄金市场，不仅映射出消费者的购买热情，也是巾帼助力地区经济复苏的生动写照。

安徽：古镇成乡村旅游“金地标”

中国妇女报全媒体记者 徐阳晨

在安徽省巢湖市柘皋镇，沉寂千年的古镇经当地文旅部门规划修整一新，在新年开门迎客，吸引了大批游客前来“探古寻今”。

据中国妇女报全媒体记者了解，柘皋镇作为长江巢湖流域具有丰厚文化内涵的古镇群落，“因水而生、因商而名”，古朴典雅的青石板街道、造型别致的拱形石桥以及一幅幅古代“清明上河图”，令很多游客体味到了古香古色之美。

“老街已老，但古镇焕然一新。非常适合过年时一家子来看看，来逛逛。”站在被誉为“天下第一铺”的李鸿章当铺前，来自福建回乡探亲的高女士，看到家乡的变化，十分欣喜，她一边带着孩子在老街上细细寻找古建筑墙体上残留的“恒记号南北货”“胡德成糖果店”等字迹，一边讲述老街的辉煌历史。

有“皖北豫园”美誉的安徽省阜阳市颍上县尤家花园景区新春活动丰富多彩，带动了小镇上的农家乐、宾馆和酒店生意。“我们希望深挖县域发展亮点，围绕春节旅游市场，凸显本地特

有的农耕文化内涵，形成更多经济增长点。”安徽省阜阳市颍上县十八里铺镇党委书记孔璐说。

古镇夜游秀出新“夜”态。在安徽宏村徽州研学旅游中，游客们体验燃灯制灯，上演“画里乡村”……“感觉今年夜游古镇的体验丰富了很多，我们下午四点高铁出发，两个小时就赶到宏村，‘打铁花’、放花灯、烟花秀等活动应接不暇。”来自南京的荣先生认为，古镇游从“看热闹”到“享夜色”到融入乡村文化，提质升级明显，以前匆匆一晚的行程，随着精美民俗、乡村年味儿的渲染，变为春节小长假的好去处。

对于新春消费的强劲态势，徽州民宿主管人陈女士有切身感触，去年大学毕业后她决定回徽州老家发展，把自家老房改造为轻奢型民宿，“宏村的很多‘老房二代’都自建了民宿，格局各有特色，可以满足亲子、文艺青年、老年人等各类人群的旅居喜好。”陈女士笑言，村落民宿作为一种长期可持续的经济形态，带动了服务类就业，还点燃了大学生回乡创业，参与文旅发展的热情。春节期间，她的五间民宿提前一个月已全部订出，营收四万多元。

记者了解到，结合古镇特色游，今年安徽乡村旅游热出新高度，据安徽省文旅部门统计，春节期间安徽全省乡村旅游接待游客2636.2万人次，旅游收入125.4亿元，同比分别增长50.2%、66.9%。

湖南：花炮产销两旺 春节烟火气更浓

中国妇女报全媒体记者 邵伟

孙彬

春节期间，随着全国各地烟花燃放“禁改限”，花炮产品销量呈“井喷”式增长。作为“花炮之乡”的湖南浏阳，是烟花爆竹发源地、全国四大主产区之一，相关数据统计显示，2023年浏阳烟花在全国销量达400多亿，同比增长超30%，龙年春节，销量有望突破500亿。日前，中国妇女报全媒体记者来到湖南省浏阳市大瑶镇南村的一家大型花炮生产企业，上万平方米的仓库内已一货难求。“组合烟花产品能够很好地营造浪漫氛围，春节期间很受市场欢迎，加上不少企业改做小产品，销售相对紧俏一些。”公司生产负责人刘宗保表示，今年企业会继续追加投资、扩大产能。

浏阳市大瑶镇是花炮始祖李畋故里，素有“花炮之源”美誉。春节期间，大瑶镇的16个烟花爆竹零售小屋开门迎客，开放式货架上各类小型烟花产品琳琅满目，吸引着全国各地的游客前来光顾。

“这里有很多款好看又好玩的产品，喜欢可以随意挑选。”喜通烟花小屋的负责人刘疆正在介绍店内新品。

他表示，今年春节期间，最畅销的产品依然是以加特林、水母烟花等为代表的网红爆款产品，消费群体主要来自长沙、株洲、岳阳等周边地市以及从河北、河南等外省慕名而来的烟花爱好者。

大瑶镇烟花产业协会会长黄亿昌表示，春节期间，花炮产品质量优价稳，花炮消费市场持续繁荣活跃。

“大瑶镇拥有完备的花炮全产业链，有上下游企业400多家，年产值超180亿元，从业人员达4.5万人，全镇人均可支配收入超5万元。”大瑶镇党委书记潘定一表示，将进一步提升花炮全产业链辐射集聚带动能力，千方百计把传统富民产业持续做大做强做优，坚定不移地推动花炮产业高质量发展。



湖南省浏阳市大瑶镇满城烟花秀。彭红霞摄



市淮城区花戏楼景区观看表演。刘勤利摄



深圳市水贝金展珠宝广场黄金产品销售柜台。韩嫣然摄

消费热点

吴家驹

春晚影响力有多大？我们在消费市场可以一窥究竟。春节假期过后，“上春山奶茶”、春晚同扑卡牌、春晚同款汉服等商品引发的流量热度依旧在延续，很多品牌迅速推出同款赢得一波流量，消费者们在社交媒体中也乐于分享自己购买“春晚同款”的热情。

“上春山x”刷屏

在春晚结束后，由歌曲《上春山》引发的相关话题不断登上微博热搜。截至2月20日，在抖音上有关“上春山”话题的视频总播放量超过14亿，B站播放量也超过百万。

同时，定制奶茶、唱K、爬山等消费场景中都出现了“上春山”款。不少网友在社交平台上晒出自制“上春山奶茶”，并分享“配方”：口味类别选择玛奇朵，基底选择茉莉香绿茶、抹

“春晚同款”有流量 拼销量

茶等，并添加波霸、椰奶冻等配料，最后给该奶茶取名“上春山”。随后，品牌茶饮闻风而动，盯上了“上春山”新IP，知名奶茶店“一点点”趁热推出了上春山同款奶茶，抹茶为底珍珠为料，颇有春天的气息。

同时，在社交平台上，网友纷纷热情晒出在KTV演唱《上春山》的视频，并模仿主唱演出时的站位和动作。近日，北京多家KTV表示，已经上架《上春山》歌曲，点播热度不降。此外，网友纷纷以“上春山”为“梗”，分享自己爬山、踏青的照片。中国商标网则显示，目前已有公司注册“上春山”商标。

扑卡牌厂商“撕”出利好

在2024年央视春晚晚上，“刘谦耍大牌”堪称最具戏剧性的节目。阔别五年重返春晚的魔术师，今年带着“见证奇迹的时刻”再次归来。在魔术节目《守岁共此时》中，刘谦与主持

人尼格买提等人邀请全国观众一起互动，却因尼格买提某一环节“插错牌”，成为春晚最火的一波余热。

除此之外，“刘谦扑卡牌”也让扑卡牌产业迎来巨大的补货商机，“刘谦同款”超大扑卡牌在各大购物网站和社交网站冲上热搜，销量不俗。据京东电商统计，春晚魔术节目拉动扑卡牌销售同比增长4.3倍。2月19日，A股龙年第一个交易日，姚记科技股价也大涨7%。

掀起“断货”热潮

“春晚汉服”也火上淘宝热搜。中国传统纹样演秀《年锦》让“汉服四美”刷屏，其中演员李沁身上内搭的汉服就是由淘宝店唯楚汉服工作室出品。据悉，目前同款已售罄，商家正在补货中。节目中多位伴舞的汉服也是淘宝店铺的原创设计款。

来自京东的数据则显示，“90后”“00后”

频频下单，成为春晚期间下单量最多的人群，占比达55%。广东、北京、江苏、山东、四川下单量排名前五。“明星同款”是服饰品类当之无愧的带货主力，如马丽春晚同款白色大衣卖断货、章若楠春晚同款毛衣搜索量环比增长21倍、于朦胧春晚同款礼服等关键词搜索量环比增长10倍、张天爱春晚同款口红搜索量环比增长20倍。各类特色节目也带动汉服品类成交额同比增长325%、新中式服饰同比增长215%。

据悉，截至今年除夕夜24时，春晚直播用户规模为6.79亿人；直播收视人次15.01亿次，比去年同期增长12.69%。春晚社交媒体话题讨论量达160.52亿次，比去年同期增长59.48%。

春晚同款频频上热搜，体现了社会热点极强的“种草力”。有分析人士认为，社会热点迅速反映到购物搜索上，意味着这届年轻人更喜欢用购买行为直接投票，表达意向，广大商家也看到了市场热点与机会，加速提质生产。

LPR罕见大幅『降息』，你的房贷减多少？

专家：楼市『小阳春』行情或逐渐开启

庞无忌

春节假期刚结束，我国迎来2024年首次“降息”。据新华社消息，2月20日，中国人民银行授权全国银行间同业拆借中心公布，1年期LPR(贷款市场报价利率)为3.45%，维持不变；5年期以上LPR为3.95%，较前值下行25个基点。这是5年期以上LPR史上上下下幅度最多的一次。此番房贷利率超预期降息，对中国楼市影响几何？

首先，此番LPR降息的降成本效应明显，将直接降低购房者的还款压力。

对于贷款买房者来说，5年期以上LPR的变动至关重要，因为目前绝大多数人的房贷利率(固定利率除外)是在5年期以上LPR的基础上加点形成的。

中原地产首席分析师张大伟表示，此番5年期以上LPR从4.2%降低到3.95%，如果不考虑加点因素，以贷款总额100万元(人民币，下同)、30年期等额本息为例，每月房贷月供减少约145元，30年的总体利息支出减少逾5万元。

易居研究院研究总监严跃进认为，中国房地产市场当前正处于企稳复苏的阶段，但复苏过程需要巩固。降息利好资金成本下降，直接引导房贷利率下行。此番降息属于相对减负比较大的一次，有助于促进房贷申请和消费。

其次，创纪录的下调幅度，释放出稳楼市、防风险的强烈信号。

中指研究院市场研究总监陈文静指出，LPR下调后，当前购买首套和二套房房贷利率下限分别降至3.75%(5年期以上LPR减20个基点)、4.15%(5年期以上LPR加20个基点)，进一步接近历史最低点，部分城市房贷利率已降至历史最低水平，仅个别地区首套房房贷利率高于4%。

广东省城规院住房政策研究中心首席研究员李宇嘉认为，此次LPR一次性下调了25个基点，为2019年8月LPR改革以来最大下调幅度。之所以大幅度下调，一方面在于当前楼市需求端基本面依旧疲弱，居民加杠杆购房的预期较弱；另一方面，开年大幅度、一次性下调房贷利率，也有将红利释放到位、避免“挤牙膏”的考虑，这将对市场预期产生直接影响，鼓励观望者加速入市。

中国民生银行首席经济学家温彬也指出，5年期以上LPR大幅下行有利于更好地促进投资和消费，更好地配合近期各项稳地产政策效果释放，支持房地产市场平稳健康发展，缓释风险。

政策组合拳之下，楼市“小阳春”有望逐步开启。

2024年以来，房地产行业供需两端政策持续落地。需求端方面，陈文静指出，春节前一线城市接连放松限购政策，信号意义明显，后续更多城市将结合自身情况及时优化调整相关政策。供给端方面，1月份以来，城市房地产融资协调机制加快建立，各地积极上报融资支持项目“白名单”，银行金融机构也积极对接，稳定房企和个人购房者预期。

除此之外，今年以来，“三大工程”建设(保障性住房建设、城中村改造和“平急两用”公共基础设施建设)也在持续推进，北京、上海、广州、深圳、福州等地陆续公布2024年度或首批配售型保障房建设规模，合肥、广州、南宁等地公布首轮城中村改造计划，广州发放了第二批房贷。

政策组合拳之下，陈文静表示，核心城市调控政策效果有望强化，楼市“小阳春”行情或逐渐开启。

张大伟也认为，部分城市特别是一二线城市房地产市场逐渐见底，市场企稳将是趋势。2024年初有望再现一定范围市场的“小阳春”。