

# 贺新春!“马”不停蹄竞出游

新华社记者 徐壮 杨淑君 张瑜

佳节有传承,乡愁有寄托,文化有回响。

2026年新春伊始,归家旅途上,有团圆的憧憬;度假风景里,有诗意的向往;漫步休闲中,有国风的滋养。“最长春节假期”过半,人们出游兴致不减,“马”不停蹄奔向远方。

习近平总书记在二〇二六年春节团拜会上指出:“在中华文化里,马是刚健雄壮、自强不息的象征,昭示着行稳致远、兴旺发达的前景。”似乎正是这份独特的文化基因,外化为了丙午马年春节不一样的文旅风景。

交通运输部预测,春节9天假期日均全社会跨区域人员流动量或创春节假期新高,日均人员流动量将达到2.99亿人次。平台数据显示,灯会、庙会、游园会等非遗民俗活动搜索热度同比提升超100%。与此同时,年味浓,春光好,世界游客向东行,尽情领略中华文化的无穷韵味。

## 出发,奔着年味的方向

人间烟火处,万家喜乐时。

大年初一早,北京隆福寺街区已经人声鼎沸。喜庆的红灯笼、飘香的炒栗子、晶亮的糖葫芦……处处透着老北京年味。

北京稻香村零号寻宝馆内,祈年糕、柿柿如意饼等寄托新年美好祝愿的特色糕点摆满柜台,等待购买的人群排起长队。

“呼应马年,我们专门推出‘骏马踏福’系列现烤糕点、小马慕斯蛋糕等多款以马为主题的新品,许多游客慕名而来。”店长曹思源介绍,假期中客流量增长明显,达到平日两到三倍水平。

来自河北沧州的“00后”游客吴金轩买到了“种草”已久的糕点,他兴奋地告诉记者:“大年初一带父母来隆福寺,就是为了体验地道春节氛围,沾沾开年福气。”

越传统,越时髦,国风国潮“破圈”生长,将各地年味“拉满”。

在新疆库车,老城张灯结彩,丝路古韵绵长。大年初一起,从清晨到日

暮,非遗展示、民俗巡游在游客集散中心舞台次第呈现,身着汉服的演员与游客亲切互动,将龟兹历史、石窟艺术与丝路文物的故事娓娓道来。

“不虚此行!”山西游客郝阳感叹,“中华文化博大精深,我在这里感受到了不一样的年俗魅力。”

从景区到街区,从城市到集市,人们在旅行中追寻着一份独属自己的春节记忆——

福建土楼(南靖)景区,“土楼过大年”活动邀请游客与当地群众一起“围炉”过年,深度体验闽南民俗;四川阆中古城,“春节老人”走上街头为游客赐福,“春信”用朗朗上口的唱词诉说安逸年景;陕西长安十二时辰主题街区,年轻人换上盛唐妆容,在非遗手作、唐风美食中过新年……

据统计,2月15日,商务部重点监测的78个步行街(商圈)客流量、营业额比去年春节假期第一天分别增长23.2%、33.2%。在飞猪平台上,今年春节假期灯会、庙会、游园会等民俗活动的搜索热度同比提升117%,包含民俗、非遗体验在内的旅行搜索热度同比增长超60%。

“这个春节,中华优秀传统文化引领‘新国潮’,消费市场掀起‘中国风’。国风国潮成为游客特别是年轻人的‘顶流审美’。”中国旅游研究院院长戴斌认为,这正是文化赋能经济社会发展的生动体现。

浓郁年味,既充实旅途,亦温暖人心。

## 出游,享受长假的快乐

大年初二,恰逢雨水节气。春风化雨,草木萌动,引得更多人携家带口出游,在亲近大自然中度过假期。

广西南宁青秀山风景区,满眼新绿迎新客:东区郁金香花海、东盟友谊园百花争艳,兰园、梅园、竹园春意盎然;迎春花市上,超百种年宵花热销,集章、压花等研学活动深受亲子客群青睐;夜幕降临,“壮美广西·灯耀南宁”新春灯会璀璨夺目,70余组大型灯组和上千架无人机表演点亮夜空,游客直呼美不胜收。

青秀山旅游公司党委书记、董事

长秦志成介绍,春节以来,景区吸引众多南下避寒的游客,初一初二入园游客量累计突破35万人次,实现新春“开门红”。

“超长”假期里,人们走得更远、待得更久,呈现一派“南下北上”“全家出游”的动感图景。

从北京到米兰,冬奥会的热潮,让越来越多年轻人迷上“滑雪过大年”。在吉林省吉林市市中旅松花湖度假区,雪道上,雪友飞驰而下;雪场内,民俗年味升腾。度假区酒店平均入住率达90%以上,冰天雪地也是打卡胜地。

展示着身上全套滑雪装备,上海游客肖国宇意犹未尽地说:“第一次在雪场里过春节,滑雪还能欣赏浪漫烟花秀,观看东北二人转演出。这种新鲜的过年体验,许多朋友都点赞。”

祖国南方,海南迎来自贸港全岛封关运作后的首个春节假期,人气更加高涨。据海口出入境边防检查总站预测,今年春节假期海南全省出入境人员将达7.93万人次,日均约0.88万人次,较去年同期增长24.1%。

商务大数据显示,2月15日,酒店住宿交易额增长32.7%,租车订单量增长54%,冰雪游消费增长1.2倍,避寒游消费增长68%。出游,正为人们欢度春节增添更多乐趣。

“2026年的中国春节有望成为近年来最热闹、最令人期待的旅游季。”国际旅游行业媒体《旅行与旅游世界》评价道,“春节期间亿级规模的集中出行潮是中国国内旅游业发展、区域经济增长的重要引擎,更是推动旅游产业持续扩张的关键驱动力。”

## 出彩,开启新春的新体验

红色为春节添彩,年味与初心交融。新春第一天,贵州遵义会议纪念馆馆长赵薇早早守候在会址广场,与工作人员一起为到此参观的首位游客发放了精心准备的纪念礼包。

2026年是红军长征胜利90周年。怀着深深的敬仰,不少游客选择在春节假期来到这里重温伟大征程。据统计,假期前三天,纪念馆累计接待游客6.6万人次。

新年新出发。红火的春节旅游市场,昭示着旅游业的发展方向。

“科技感”引人入胜——江苏无锡拈花湾景区,核心演艺项目《拈花一笑》表演升级,2000架无人机在夜空中灵活变幻,与绚烂的烟花秀交相辉映,将新年祝福转化为沉浸式视觉盛宴。

拈花湾景区总经理刘晓燕说,“我们希望用科技赋能文化,让东方美学在数字光影中‘活’起来。让游客在科技与文化的交融中,体验浪漫新春。”

从演艺项目的升级,到旅游项目的丰富;从景区管理的智慧化,到人工智能进一步融入,“科技+文旅”深度融合,激发无限灵感。

“惠民生”直抵人心——

春节前夕,文化和旅游部启动2026年全国春节文化和旅游消费月。各地围绕年俗、演出、展览、冰雪游、避寒游、亲子游等热点,举办约3万场次文旅消费活动,发放超3.6亿元消费券等消费补贴。

坚持惠民生和促消费紧密结合,文旅消费的综合带动作用日益凸显。

“我们积极推动文旅与商业、体育、健康、交通等多业态的融合,培育消费新场景,丰富沉浸式体验、数字艺术、度假休闲、红色旅游等业态,用新玩法、新创意、新体验点燃消费热情。”文化和旅游部产业发展司负责人傅瀚霄说。

“中国游”打动世界——

“马年大吉!”2月15日一早,北京首都国际机场2号航站楼入境大厅,北京边检总站的民警们手捧福字,向刚通关的外国游客送上新春问候。

春节红点亮世界,中国游吸引全球。去哪儿数据显示,截至2月17日,春节期间使用非中国护照预订国内航班的数量同比增长两成,外国客人足迹遍布102个中国城市。

外交部发言人林剑说,中方热情欢迎更多外国朋友到中国来过年,相信一趟趟“年味之旅”将跨越山海,搭建起文化交流的桥梁,将中国与世界紧紧联结。

春风得意马蹄疾。让我们踏着春光,出发!

新华社北京2月19日电

想象一下,正在征战米兰冬奥会的运动员,日常是怎样

的?清晨醒来,去运动员餐厅吃早饭,来杯蒙牛牛奶补充能量;然后换上李宁、安踏、匹克等品牌的运动装备,奔赴赛场;比赛结束,场边TCL电视大屏实时回放精彩瞬间,其中既有阿里云AI技术生成的“时光切片”定格关键动作,也有中国制造无人机捕捉到的“追身”镜头……

这里是意大利,却处处可见中国企业的印记。从饮食到运动装备,从赛事转播到交通出行,中国企业以前所未有的广度和力度为冬奥会赋能。

在米兰,中国企业与冬奥健儿并肩同行,在竞技场外,拿下了一块属于中国制造、中国品牌的闪亮“金牌”。

## ■参赛、观赛体验更美好

徽章交换是奥运会传统特色活动之一,在本届冬奥会运动员村,阿里云打造的智能徽章交换站让这一老传统玩出了新花样。该装置配备徽章球池与人工智能(AI)机械臂,运动员将自有徽章封装进蓝色小球投入池中,即可通过语音指令、隔空手势或AI猜拳三种方式,操控机械臂随机抓取他人的徽章球,实现“科技盲盒式”交换。这一装置将时下最流行的盲盒创意和徽章交换活动巧妙结合,打造出冬奥村运动员交流的新场景。

“和反应如此流畅的科技互动,感觉很酷、很有未来感。”挪威速度滑冰运动员妮妮·维克隆德在换到限量版徽章后赞叹道。

谷爱凌摘得自由式滑雪女子坡面障碍技巧银牌后,身披国旗在赛场大屏幕前与同学惊喜连线,温暖瞬间传遍全球,这背后正是TCL设备与技术的坚实支撑。国际奥委会主席索文垂点赞这一“运动员时刻”：“比赛一结束,运动员可以立刻联系上他们的家人和朋友,分享这些庆祝和快乐时刻,对运动员来说意义非凡。”

以往冬奥会电视转播多依赖固定机位和轨道摄像机,视角相对受限。本届冬奥会上,15架第一人视角(FPV)无人机参与转播,覆盖除冰球、冰壶外的所有项目。

“其中不乏中国企业的无人机产品。”奥林匹克转播服务公司(OBS)首席执行官亚尼斯表示,借助这些无人机的第一人视角,观众能直观感受赛道坡度、运动速度带来的压迫感,真正实现身临其境。

## ■组织运行更高效

国际奥委会透露,本届冬奥会在北美、欧洲地区多国的电视及流媒体播放量屡创纪录。亮眼收视数据的背后,是中国科技带来的观赛革命。

亚尼斯表示,除FPV无人机丰富了视角外,“子弹时间”与“时光切片”两大特效同样功不可没:前者可360度任意视角定格精彩瞬间,清晰呈现运动员空中翻转的每一个细节;后者将连续动作切片展示,兼具视觉美感和技术动作分析价值。

依托阿里巴巴的AI特效技术,过去需十多个小时后制作的高自由度回放画面,如今可在直播中实时生成。亚尼斯说,这不仅大幅提升了赛事转播的观赏性,更让技术分析即时进行,为教练团队提供了宝贵的实时反馈,有效提升了赛事备战和转播运营效率。

高效保障同样延伸至交通服务领域。

本届冬奥会赛场布局堪称史上最分散——四大赛区、八个场馆相距甚远,赛区间平均距离超过250公里,这给媒体、观众及各代表团跨赛区流动带来巨大挑战。来自中国的宇通客车投入68辆新能源车,作为核心运力补充助力赛会交通保障。据介绍,这些车辆搭载针对低温环境优化的电池系统与先进驾驶辅助技术,可在阿尔卑斯山区冬季条件下稳定安全运行。赛事结束后,这些客车将继续服务意大利公共交通,持续助力当地城市交通绿色低碳转型。

## ■参与范围更广

奥运会开幕式历来是代表团风采与各运动品牌的集中展示舞台。米兰冬奥会开幕式上,中国品牌出镜率颇高:首个出场的希腊代表团身着安踏服装,中国代表团以“冰穹蓝”“雪山白”为主题调的出场服由李宁打造,比利时、塞尔维亚等代表团身穿匹克装备亮相……据统计,每六个代表团中,就有一个身着中国品牌服装。

赛场内外,中国品牌的身影无处不在。短道速滑裁判员、花样滑冰技术官员、滑雪登山赛道工作人员,均身着伯希和专业服装,高频次出现在转播镜头中。冬奥村餐厅里,蒙牛乳制品备受欢迎,牛奶、酸奶、黄油等摆上运动员餐桌,这也是中国乳业首次服务境外冬奥会。

20年前,都灵冬奥会见证了联想作为中国首家国际奥委会全球合作伙伴(TOP)亮相奥运舞台。20年后,TOP阵营中的中国企业已增至三家,形成了多层次、广覆盖的参与格局。

集美大学教授郑志强表示,米兰冬奥会中国企业以多元阵容亮相参与服务,贡献了中国力量,也提升了中国品牌的全球影响力。“中国制造”早已不仅是产地标签,更成为创新、效率与品质的象征。

新华社米兰2月19日电

# “乐购新春”持续释放春节假日消费潜力

新华社北京2月19日电(记者谢希瑶)记者19日从商务部获悉,春节假期前四天,各地商务部门坚持“政策+活动”双轮驱动,深入组织开展“乐购新春”春节特别活动,加大政策支持力度,持续释放假日消费潜力。

商务大数据显示,假期前四天,全国重点零售和餐饮企业日均销售额较2025年假期前四天增长8.6%。假期前三天,商务部重点监测的78个步行街(商圈)客流量、营业额比去年假期前三天(下同)分别增长4.5%和4.8%。

商品消费方面,以旧换新持续释放消费需求。截至2月18日,2026年消

费品以旧换新惠及2843.9万人次,带动销售额1963.9亿元。其中,汽车以旧换新61.1万辆,带动新车销售额1002.3亿元。智能产品需求旺盛,商务大数据显示,假期前三天,重点平台智能穿戴设备销售额增长19.7%,其中智能眼镜增长2.5倍,智能血糖仪增长48.6%。海南离岛免税销售较快增长,假期前四天,海南离岛免税销售额达9.7亿元,增长15.8%。

服务消费方面,假期前三天,重点平台国内游消费增长4.5%。重点平台租车出行订单量增长26%,南北互跨订单量增长196%。

## 手术台之外,一个不打烊的“大脑”

(上接1版)已打通企业、医院、追溯、资质、手术、医保结算等关键信息,服务全国约1.6万家生态伙伴和1200家医疗机构。

海量数据颗粒汇流成集,不仅驱动着库存的合理化,更重构了医疗供应链的底层逻辑。2025年,十方医疗凭借“骨科供应链数据集产业生态新动能”项目,在“数据要素”大赛全国总决赛中斩获二等奖。

园区外,福字透着浓浓的年味儿。而智慧仓内,只有订单抵达时那一声声

清脆的“叮咚”声和工作人员专注、忙碌。说起春节值守,薛俊的话很实在:“手术台不等。数据再智能,也需要人来守护它的精准落地。我在这儿守着,患者急用的器械能最快最准送到,心里才踏实。”

这第一道核验关卡,她一守就是十余年。如今,数据这位不知疲倦的伙伴,在和她一起守。

全国多仓,仓仓互联,数据互通。春节期间,这张覆盖全国的医疗仓储网络依旧高速运转。智慧仓屏幕上的光,将彻夜不灭。

## 保定森防携装巡山守平安

(上接1版)装备操作、灭火协同演练,有效防范化解山区森林火灾风险,为全市生态安全与社会稳定筑牢坚实屏障。“市森防支队直属机动大队大队长

徐思厚表示,将持续强化战备值守,锤炼过硬本领,织密织牢森林防火安全网,全力守护好保定的绿水青山,当好党和人民的“守夜人”。

竞技场外,它们也为中国赢下一块「金牌」

## 流光溢彩庆新春



(上接1版)

同在一座车站,夫妻俩却如同“最熟悉的陌生人”。岗位相距不远,却常常一整天说不上几句话。偶尔在候车大厅碰上,也只是匆匆点头示意,互道一句“注意安全”,便又转身投入工作。中午吃饭时,两人才能短暂相聚几分钟,一边快速吃着简单的工作餐,一边叮嘱对方照顾好自己。对他们而言,这样短暂的相聚,便是新春里最珍贵的温情。

春节团圆,是每个人心底最深的期盼。但对于这对夫妻而言,春节意味着更繁重的责任。从事铁路工作多年,王伟峰、刘晓宇夫妻俩几乎没有在家完整度过一个春节。尤其是正月初二,千百年的民俗传承,这天是女儿回娘家、姥爷来拜年的专属日子,而这

(上接1版)她俯身查看菜苗长势,说:“这一棚,再有两个星期就能采收,早就被河北中农按高出市价的价格订走了。”订单农业的稳定,让她更有底气。如今,合作社种植面积稳步扩大,还带动了更多乡亲加入。

在加工车间,这份“稳定”转化为更多“家门口”就业的机会。家住厂区附近的王立萍一边麻利地分拣净菜,一边跟记者算起了自己的“幸福账”,“从家到这里,走路就5分钟。一个月能挣3000多元,还不耽误照顾老人孩子。这活儿,干着踏实!”像王大姐一样,企业现有的近

## 保定站为家,“90后”夫妻同心护归途

天,夫妻俩各自坚守在自己的岗位上,于无声处守护万家团圆。

说起不能陪伴家人,两人眼中满是愧疚,却从未有过一丝犹豫。“我们多坚守一分,旅客就多一分平安。舍小家,为大家,这是我们的职责。”刘晓宇坚定地说。

由于工作岗位不同和倒班的缘故,夫妻俩虽然在同一个车站工作,见面却不容易,常常一个人上班,另一人在家“既当爹又当妈”。一放寒假,6岁的儿子程程便送回了望都县的奶奶家,懂事的程程在视频里笑着说:“爸爸妈妈是英雄,我为你们骄傲。”

## 保定净菜的“春运时速”

150名员工,几乎都来自周边村镇。

天色渐明,接力抵达终点。时针指向清晨7时,田硕运送的净菜准时送达北京大兴国际机场的航食车间。不久之后,这份来自保定田野的新鲜,将随着航班冲上云霄,温暖旅客春运归途。

几乎就在同时,冰水的厂区内,早班工人开始换岗;张涛的电脑上,新一天的订单正在生成;田野之中,阳光洒向那些依订单生长的菜苗。一辆辆冷链车再度

“家里一切都好,你们不用担心。”双方老人的理解与支持,是他们坚守的底气。没有抱怨,没有责备,家人的包容,让他们能够全身心投入工作,在春运一线安心坚守、默默奉献。

春运路上,人来人往,总有温暖不期而遇。一句简单的“谢谢”“辛苦了”,一个善意的微笑,都让王伟峰和刘晓宇夫妻俩倍感温暖,“见过深夜赶车的务工者,见过带着孩子返乡的父母,见过满心欢喜回家过年的年轻人,每一张期盼团圆的面孔,都让我们更加坚定守护的决心。”夫妻俩感触颇深。

用坚守温暖归途,用服务传递温

情,他们,成为今年新春佳节里一道平凡却闪亮的风景。

## ■记者手记 新春坚守 守护团圆

春运,是规模浩大的人口迁徙,这一套顺畅的衔接机制,守护着人们的每一段归途。

新春佳节,当千家万户沉浸在团圆的喜悦中,无数像王伟峰和刘晓宇这样的夫妻,将小家之情融入大家之责,在绵延的轨道线上默默坚守,汇聚成春运路上最坚实的力量,守护着万家团圆,温暖着整个新春。

春节假期还在继续,列车川流不息。新春里的保定站,有一个故事温暖你我。

功对接拥有210家门店的北京餐饮品牌紫光园,并与京东旗下品牌达成合作意向,积极开拓商超、高校等更广阔的地面市场,与河北省推动“河北净菜”进京的“六进”活动同频共振。

从保障万米高空的“蓝天宴”,到走进千家万户的日常餐桌,再到肇启智能化的未来,“保定净菜”的故事,已不止于一次凌晨的接力。它正成为一条从田间直达京津的现代化供应链,连接着田野与都市、当下与未来,为冬日里的京津冀协同发展,注入一份坚实而温暖的动力。