

元旦3天我市旅游总收入78.16亿 同比增28.7%

重庆商报-上游新闻记者 刘晓娜

重庆商报讯 滑雪、摘果、泡温泉……元旦小长假重庆旅游实现开门红。1月1日,记者从市文化旅游委了解到,元旦节三天,全市共接待境内外游客1184.26万人次,同比增长16.8%;实现旅游总收入78.16亿元,同比增长28.7%。全市手机漫游1330.43万台次,同比增长52.8%。

据了解,元旦期间全市开展各种大型群众文化活动530余场,覆盖群众近800万人次,主要活动形式有文艺演出、音乐会、戏剧专场、展览、少儿艺术节等。

其中,市话剧院在抗建堂剧场演出话剧《其香居茶馆》,市川剧院在重庆川剧艺术中心演出川剧《柳荫记》。石柱县开展“石柱县跨年音乐会”“迎新篝火晚会”“我们的中国梦文化进万家一送文化进城乡”等文化活动。铜梁区举办舞林争“坝”铜梁广场舞比赛等活动。开州区2018年“年味开州情满城”冬季旅游系列活动启动仪式暨开州第二届猪文化旅游节开幕式在开州盛山植物园举行。万州区开展“2019年新年音乐会”“2019年铜管乐音乐会”、“希望的田野”“爱在万州”送演出进基层活动。

围绕“踏雪寻芳”主题,各区县还推出了一系列旅游节会活动,如南川第二十届金佛山冰雪节、北碚第十六届腊梅文化艺术节、武隆仙女山汉式雪地集体婚礼、云阳龙缸全民冰雪季等。

元旦期间,各区县依托商圈、景区、传统村落组织开展了形式多样、丰富多彩的非遗民俗演出活动,为人民群众奉献了一场热烈、欢乐、祥和的文化盛宴。如江北、丰都等地开展剪纸、麦秆画等非遗项目展示活动,吸引群众参与传统文化传承队伍;彭水依托惠民消费季活动,深入基层开展苗族赛歌会,发掘民族地域文化,厚植非遗传承社区土壤;秀山启动秀山花灯创意设计大赛前期工作,征集秀山花灯创意设计作品2000余幅,推动传统文化融入现代生活。

全市109个市级非遗传承教育基地在校师生开展了庆元旦文艺表演活动。截至目前,已有400余名市级非遗代表性传承人参与了元旦期间非遗演出活动,全市开展的非遗展演展示活动超过1600场次,服务群众超过120余万人次,各类饮食类非遗产品及衍生品成为元旦期间群众馈赠亲友、旅游纪念的首选年礼。预计各区县非遗民俗演出活动将延续至2月底。

元旦节期间,公共文化服务设施总计接待游客145323人次。其中,三峡博物馆接待游客21691人次;红岩联线(歌乐山革命纪念馆、红岩革命纪念馆)接待游客90432人次;自然博物馆接待游客17822人次;重庆美术馆接待游客3755人次;重庆图书馆接待读者7669人次;市少儿图书馆接待读者3521人次;韩国临时政府陈列馆接待游客433人次。

相关新闻

新年买买买“第一单” 主要商圈3天揽金18.7亿

重庆商报-上游新闻记者 李阳

重庆商报讯 据市商务委发布的消息,2019年元旦小长假期间,全市主要商圈和重点监测的商贸企业共实现零售额18.7亿元,同比增长9.5%。

数据显示,节日期间双福国际农贸城日均入场交易的蔬菜约8500吨、水果2500吨、干副食610吨、粮油640吨、猪肉500吨、冷冻品350吨,交易量略有增长。

其中,目前我市猪肉市场虽然受市民腌腊需求增多和非洲猪瘟影响,价格略有波动,但市商务委积极组织相关企业调运非疫区猪肉及制品,当前我市猪肉供应暂时充足,价格略有上涨,供需总体平稳。

值得注意的是,元旦期间,各大商圈和商贸企业组织开展内容丰富、形式多样的消费活动,大力营造节日消费氛围。据监测,元旦期间,主城商圈和重点商贸企业零售额实现平稳增长,其中江北区重点商贸企业零

售额增长10.1%,协信星光、新光天地等商业综合体营业额增长迅猛,新世纪江南商都、华润万家超市、商社电器杨家坪等重点商贸企业零售额增长20%以上。

同时,远郊区县各商贸企业也各显神通,重百、永辉、新世纪百货举办跨年狂欢盛典,旗下各门店和百货、电器、超市等业态全面开展促销活动,促销力度不输主城。据监测,三天小长假万州、璧山、綦江等区县重点企业零售额分别增长15%、19.3%、21.8%。

元旦旅游消费盘点 重庆成国内热门地

重庆商报-上游新闻记者 谈书

重庆商报讯 1月1日,途牛旅游网对外发布《2019元旦小长假旅游消费盘点》,对新一一年元旦小长假旅游市场消费特征做出系统分析。记者发现,元旦假期出游高峰出现在2018年12月30日,三成以上游客选择“拼假”出游,重庆再次上榜小长假热门目的地。

跨年游日益流行

途牛旅游网监测数据显示,今年元旦假期出游,在具体“拼假”方式上,一部分人选择节前请假,将年休假“清零”;一部分人则在新一年年休假重新“充足”的情况下,选择1月2日-4日请三天假期,与周末(1月5日、6日)拼成8天长假。

在旅游消费习惯方面,今年元旦期间,游客出游更注重出游体验,追求跨年的仪式感日益流行。从出游订单客群特征来看,亲朋好友组合出游和家庭出游占比较大,3人及以上订单占出游总订单的比例高达57%,情侣、夫妻、闺蜜以及相聚跨年的家庭是元旦出游的主力军。与好友、家人一起在旅途中辞旧迎新、拥抱未来有着别样的意义。

国内高铁游受青睐

大数据显示,元旦期间,南下避寒、北上滑雪依然是国内游的主流趋势。在选择周边游的客人中,温泉游和祈福游主题占据绝大部分。国内长线方向,海南、云南、福建、广东、东北连线、四川、广西、陕西、重庆、上海为元旦热门旅游目的地TOP10。

与此同时,随着高铁网络日益发达,不少游客倾向于选择准时准点、安全舒适、站点离市区更近的高铁游,广州、北京、成都、上海、南京、深圳、南宁、杭州、郑州、重庆等高铁游目的地元旦期间最热门。其中,“黄金旅游通道”杭黄高铁已于2018年12月25日开通运营,给杭州等沿线城市、景点旅游热度的上升提供了更多助力。

邮轮“海上跨年”流行

元旦期间选择4天及以上行程的游客中,约47%选择了出境游,其中出境短线游出游人次在出境游整体人次中的占比高达79%。邮轮出游因轻松舒适,集赏海景、品美食、看表演、免税店购物、岸上观光于一体,非常适合家庭团聚跨年,因而成为很多家庭的适宜选择。今年元旦期间,日本航线、东南亚航线都很受欢迎,邮轮上设计的新年狂欢派对、跨年晚会等给了游客别样的辞旧迎新体验。



商报图形 徐剑 制

1年160亿!懒人经济持续上涨 “懒需求”打开跟团游新局面

重庆商报-上游新闻记者 谈书

懒得烧饭,所以有了外卖;懒得打扫,所以有了扫地机器人;不仅如此,“懒人们”还懒得做决定……这些需求催生了“懒人经济”的快速发展。根据某电商平台发布的《懒人消费数据》报告显示,2018年中国人为偷懒花了160亿,较前年增长70%,其中95后“懒需求”增长最快,增幅82%。一年160亿,这一巨大数字的背后其实是一群注重高效率、绝不将就的人。

连日来,记者走访重庆旅游市场发现,这些懒于规划行程却强调消费体验的“甩手掌柜”,也为跟团游打开了新的市场。

品质已成跟团游关键词

元旦前,31岁的戴先生和妻子去日本玩了一圈,因为临时决定的出游计划,懒得做攻略,这一次他们选择跟团。令他吃惊的是,同团出游的32个人,除了一对70岁的老年夫妻,全部是80后和90后。

戴先生告诉记者,这并不是他第一次跟团

旅游,看到同团的几乎全是同龄人,“最小的听说是96年的,当时我还挺吃惊的。”

这一次,戴先生所报的是中国青年旅行社的团。记者从该团负责人处了解到,现在跟团的年轻人越来越多。32岁的瞿小姐前不久也带着父母跟团去了泰国,“我们全团20多个人,除了我的父母上了60岁,其余团友要么和我同龄,要么就是90后。”她称,自己所报的团价格并不算便宜,之前就说不进店。

此外,记者从驴妈妈旅游网采访时获悉,不论是银发族、亲子家庭,还是年轻白领、学生群体,在以偏远地区、境外国家及地区为目的地的行程中,仍习惯跟团出游,近一半的国内游旅客选择跟团游产品;而出境游选择跟团的比例更高,近7成。值得一提的是,“品质”已成为跟团游游客的关键词,超过六成的游客在出行前,通过搜索“品质”查找产品。

“年轻人报团一般的要求是,有在当地自由活动的时间、不进店、吃住品质要好。”中国青年旅行社渝北一营业部的负责人陈先生告诉记者,因为跟团不用年轻人去做攻略,去当地景点也有车辆接送,相对来说节约了大家的时间。

驴妈妈旅游网国内游事业部总经理吴雪

峰表示:“近几年,越来越多的都市懒人倾向于跟团出行,其中80后和90后占比分别高达31%和27%,他们虽然年纪不大但要求高,对价格的敏感度较低,还希望有人能够帮忙安排好一切。在这些人群中,追求高品质的高钻跟团游产品更受欢迎。”

他称,随着市场的规范化和人们对旅游的高要求,低品质的跟团游产品已逐渐成为历史。应游客个性化需求,跟团游全面升级,朝着更高品质、更多体验方向发展,产品也越来越丰富多样。

“懒需求”将淘汰低价低质

随着越来越多的80、90后成为旅游消费担当,出游方式的选择也在发生着改变,选择带有自由活动时间的半自助游线路也成为趋势。

去年12月份,王亚和老公带着4岁的儿子跟团去了东京,他们选择的是“5+1”的团,“我们有一天是自由活动时间,正好带着儿子去迪士尼。”王亚告诉记者,没时间去旅游规划,也不想费精力在抢票、订酒店上,跟团游是综合考虑价格和行程的最好选择。如果有特别值

得去的点没在行程中,自己会选择有一天自由活动的,有事还可以咨询当地导游。

如今,80后奔40、最后一批90后也开奔30,他们已成为亲子游的核心用户。比起说走就走的自由行,能让宝宝爸妈放松的跟团游在亲子游市场成为主力,58%的家庭选择跟团。一位85后的宝妈吴女士告诉记者:“以前提到跟团游就想到上车睡觉、下车拍照,我们夫妻俩都不喜欢这种走马观花式的旅游。但当了妈妈后,我不想带着娃出去玩,还要操心吃住行。选品质高的亲子跟团游,有孩子喜欢的景点,还有导游专业的讲解,家长也省心一点。”

此外,记者从驴妈妈方面了解到,选择跟团游的游客中,时间较充裕的银发族仍占据大头,但90后等年轻群体的占比逐年增高,相比去年同期增长近3成。

吴雪峰认为:“所谓‘懒人’是那些把精力全部集中于工作或学习的人,他们追求高效率的生活节奏,却也关注高品质。而他们的懒需求将会促使旅行社不断推陈出新,用优质的跟团游产品满足懒人们的‘犯懒’。当游客只为高质量的产品买单时,低价低质竞争带来的恶果也会被市场淘汰。”

人民币发行70周年纪念钞连号走俏 藏市最贵160元/张

重庆商报-上游新闻首席记者 刘勇 实习生 李悦

重庆商报讯 2018年12月28日开始兑换的《人民币发行70周年》纪念钞(以下简称人民币70年钞)成为藏市亮点。去年12月31日,本报记者从重庆收藏品市场获悉,面值50元的该纪念钞,如今零售市价53元到54元/张,较面值溢价6%到8%,而连号钞更俏,百张连号钞市价达到1.6万元,折合160元/张。

面值50元 市价一路上扬

据了解,央行发行的人民币70年钞,面值50元,发行量1.2亿枚,系央行发行的第五款纪念钞。

人民币70年钞自去年12月28日开始兑换时,价格不稳定,经过四天的交易后,如今普通号码零售市价53元到54元/张,较面值溢价6%到8%。

据了解,此次人民币70年钞发行时,号码大多数是随机的,10连号的钞较少,而百张连号钞更不多见。

因此,10连号的人民币70年钞藏市价格从570元到620元不等(根据整体号码“吉祥”情况),折合57元到62元/张不等。百张连号钞更俏,从去年12月28日兑换当天的藏市7000元到8000元,一路上扬,到去年12月31日,藏市市价达到1.6万元,折合160元/张。

豹子号(尾数号码3个以上相同的)也受到欢迎,钞票尾数号码3个相同的要卖200元,如

果三个或者更多的6或者8,价格更高。

从兑换情况也可以看出,人民币70年钞的重庆总分配130万张,从去年12月28日到去年12月31日兑换数量达到80.8636万张。

与人民币70年钞同时兑换发行的《改革开放40周年》纪念币,面值10元,发行量为1.8亿枚,其中重庆分配110万枚,目前兑换数量为66.5351万枚,藏市整卷(20枚)市价为216元,折合10.8元/枚。

对前期纪念钞影响不大

“虽然纪念钞的题材和发行,比纪念币更严格,但由于目前藏市整体处于底部状态,对

以往的纪念钞价格影响不大。”去年12月31日,重庆鼎富藏品总经理潘建介绍。

据了解,新中国共发行了五款纪念钞,除人民币70年钞外,1999年发行的“新中国成立50周年”纪念钞,面值50元,发行量6000万枚,如今藏市价300元;2000年发行的“千禧年”龙钞,塑料材质,面值100元,发行量1000万枚,如今藏市价1800元;2008年发行的“北京奥运会”纪念钞,面值10元,发行量600万枚,如今藏市价3500元;2015年发行的“航天”纪念钞,面值100元,发行量3亿枚,如今藏市价101元。

另外,1999年“新中国成立50周年”纪念钞三联体钞目前市价1.5万元,而2000年“千禧年”龙钞两联体钞市价约1.3万元。