

2024年国庆假期国内出游7.65亿人次 奔赴大江南北 享受多彩假期

新华社北京10月8日电 欢度国庆,山河有约。

文化和旅游部10月8日最新数据显示,今年国庆节假日7天,国内出游7.65亿人次,按可比口径同比增长5.9%,较2019年同期增长10.2%;国内游客出游总花费7008.17亿元,按可比口径同比增长6.3%,较2019年同期增长7.9%。

这个“十一”,人们满怀对祖国的祝福、对生活的热爱奔赴大江南北,享受多彩假期。

这个假期是红色的。

10月1日清晨,12.3万市民游客齐聚北京天安门广场,共同见证新中国75周年华诞这天五星红旗升起的历史瞬间。

国旗的颜色,是假期中最令游客自豪的底色。

成都天府广场、乌鲁木齐人民广场、上海中共一大纪念馆前……祖国各地举行升旗仪式,各处装点国庆元素,一抹抹“中国红”,点燃了无数人的爱国情,吸引人们竞相打卡留影。

在脸上贴“我爱祖国”贴纸、在延安宝塔山下齐唱《我和我的祖国》、到江西省苏维埃政府历史陈列馆里参加红色故事分享会……红色旅游别样红。携程数据显示,国庆假期,全国红色旅游经典景区日均订单量同比增长70%。

这个假期是金色的。

山东东营,黄河入海,稻浪滚滚。东营市垦利区稻田景区内,游客登上观景塔,呼吸着稻香,观赏着稻田画,内心涌动丰收的喜悦。

金秋时节,草木黄,菊花香,以亲近农事、休闲放松为主题的赏秋游在“十一”期间蔚然成风。

越来越多游客向往田园风光。同程旅行平台上,国庆假期国内各大热门县域目的地酒店预订增速超过大盘。其中,预订热度同比涨幅超过50%的县和县级市有近百个。

这个假期是绿色的。

文化和旅游部联合中国气象局发布的气象提示说,国庆假日期间,我国大部分地区天气以晴为主,气候较为舒适,特别



10月3日,游客在世界文化遗产地安徽省黄山市黟县宏村游玩(无人机照片)。新华社发

是2至4日华北南部到江南一带大部分地区的舒适度能达到“最舒适”级别且没有恶劣天气影响,非常适宜旅游出行。

好天气引得人们更想拥抱绿色风景。从大数据看,历史遗迹、自然山水、动物园、园林古镇等是今年国庆假期同程旅行平台最受欢迎的景区。

对“银发一族”来说,登高望远是愉悦身心的经典项目。老君山、泰山、黄山、九寨沟和峨眉山成为假期中最受游客关注的山水类景区。

对“亲子一家”来说,游乐园、动物园是“遛娃”的不错选择。携程平台上,亲子游在假期占比超三成。

还有一种绿色在你我心上。从浙江

衢州、江苏扬州等地政府机关食堂面向全社会开放,到陕西咸阳、甘肃敦煌等地开放机关和企事业单位停车场,再到越来越多游客自觉爱护文物古迹、爱惜公共设施,践行“光盘行动”,全社会正用扎实举措宣示“绿色出游”。

这个假期是古香古色的。

假期最后一天,因游戏《黑神话:悟空》大火的山西隰县小西天景区发布致广大游客朋友的感谢信,感谢每一位“天命人”给予“小西天”土地的热爱、理解和包容。

文物古迹的历史积淀、古街古镇的人文魅力、国潮体验的今昔融合、非遗展演的民族时尚——悠悠文脉为旅行注入

增值税发票数据显示: 国庆假期消费市场活力足

新华社北京10月8日电 国家税务总局8日公布的增值税发票数据显示,国庆假期,消费市场展现较强活力,消费相关行业日均销售收入(下同)同比增长25.1%。

基本生活类商品消费增势较好。国庆假期,粮油食品销售收入同比增长16.4%;综合零售销售收入同比增长9%,其中百货零售、超市、便利店销售收入同比分别增长34%、8.9%和4.4%,有力保障了居民生活需要。

特色餐饮住宿服务平稳增长。国庆假期,小吃、快餐行业销售收入同比分别增长8.1%和9%;露营、民宿休闲新场景受到欢迎,相关销售收入同比分别增长43.2%和6.3%。

家电及家居类商品消费快速增长。

国庆假期,各地通过打折让利、线上团券等方式惠及消费者,促进家用电器和音像器材销售收入同比增长149.1%;家具、装饰材料、涂料等与家居装修相关的商品销售呈快速增长态势。

汽车市场迎来消费热潮。国庆假期,在消费品以旧换新等政策带动下,全国汽车新车销量同比增长11.7%,其中新能源车同比增长45.8%。假期出行增多,拉动机动车充电行业增幅走高,销售收入同比增长29%。

文化服务等市场消费活跃。国庆假期,居民通过观演出、看电影、逛书店等方式满足文化消费需求,带动文化服务销售收入同比增长85.2%。

国庆假期全国揽投快递包裹 近63亿件

新华社北京10月8日电 国家邮政局监测数据显示,国庆假期全国邮政快递业揽投快递包裹近63亿件,其中揽收快递包裹31.61亿件,日均揽收量与2023年国庆假期相比增长28.4%;投递快递包裹31.2亿件,日均投递量与2023年国庆假期相比增长26.7%。

今年国庆假期,全国各地群众出游需求旺盛,各种消费模式、消费场景创新发展。邮政快递业抓住发展机遇,立足市场和消费需求,积极向文旅产业融合延伸,丰富服务内容,为游客出行提供景区直送、行李代收等定制化服务,有效提升了旅

行体验,激发了消费潜能。

在云南,针对旅游热点地区的寄递场景和需求,快递企业合理优化资源配置,延长服务时长,全力保障景区寄递服务的及时便捷。同时,快递企业还对文旅场景的快递小哥开展培训宣导,进一步规范操作,确保揽收速度和寄递安全。

在山西,历史古建筑和传统非遗文化成假期文旅新热点,各类文创产品备受追捧。快递企业携手当地文旅企业,提供仓储、分拣、打包、派送的全流程服务,助力文创产品快速送达全国各地。

我国对原产于欧盟的进口相关 白兰地实施临时反倾销措施

新华社北京10月8日电 商务部8日发布年度第42号公告,决定自10月11日起采用保证金形式对原产于欧盟的进口相关白兰地实施临时反倾销措施。

应国内相关白兰地产业申请,商务部于2024年1月5日发布公告,决定对原产于欧盟的进口相关白兰地

发起反倾销调查。立案后,商务部严格按照中国相关法律法规和世贸组织规则进行调查,并于2024年8月29日作出初步裁定,裁定原产于欧盟的进口相关白兰地存在倾销,国内相关白兰地产业受到实质损害威胁,而且倾销与实质损害威胁之间存在因果关系。

梅赛德斯-奔驰: 欧盟加征关税削弱行业竞争力

新华社法兰克福10月7日电 德国梅赛德斯-奔驰集团股份公司日前发表声明说,欧盟加征反补贴关税是一项错误选择,期待欧盟与中国保持对话,达成符合双方利益的协商解决方

案。欧盟委员会4日宣布,对从中国进口电动汽车加征关税的提议已获成员国必要支持。

梅赛德斯-奔驰在声明中指出,反补贴关税会长远地削弱行业竞争力,而自由贸易和公平竞争将给各方带来繁荣、增长和创新。“我们认为欧

盟委员会拟定的征收反补贴关税是一个错误,这可能会导致深远的负面结果。”

声明说,欧盟和中国应当保持对话,并达成一个符合双方利益的协商解决方

案。梅赛德斯-奔驰表示,始终支持基于世界贸易组织规则的自由贸易,包括所有市场参与者应享有同等待遇的原则。

票房超21亿元 国庆档影片献礼时代与生活

新华社北京10月8日电 国家电影局8日发布数据,2024年国庆档,我国电影票房为21.04亿元,观影人次为5209万。其中,国产影片票房为20.17亿元,占比为95.87%。

《志愿军:存亡之战》《危机航线》《爆款好人》《只此青绿》……今年国庆档有多部新片上映。此外,《里斯本丸沉没》《出走的决心》《野孩子》等中秋档前后上映影片依然保持一定热度。

国庆假期,在影迷心中,更加深刻感悟到“我和我的祖国,一刻也不能分割”。在这个特殊的档期,《志愿军:存亡之战》收获了8.05亿元的票房,领跑国庆档。

作为一部弘扬抗美援朝精神的影片,《志愿军:存亡之战》重点呈现抗美援朝

战争第五次战役中的铁原阻击战。影片用宏大的场面、真挚的表达,生动再现了志愿军战士浴血奋战的峥嵘岁月,深厚的家国情怀引发观众广泛的情感共鸣。

新主流电影之外,还有题材丰富的影片,满足观众多元化观影需求。

1日上午不到10点,UME影城上海新天地店就涌入不少前来购票的观众。这座距离红色地标中共一大纪念馆最近的影城提供了丰富的排片。

整体来看,今年国庆档电影市场较为多元,既有凝聚精神力量的新主流电影,也有科幻片、动作片、动画片等不同类型影片,涵盖战争、喜剧、歌舞等多种题材,为观众带来丰富的观影体验,献礼时代与生活。

广大电影人也持续追求创新突破,

不断展现电影创作新探索。

《只此青绿》将电影艺术与舞蹈艺术相融合,展现中华优秀传统文化之美;《危机航线》通过万米高空客机内密闭空间的动作场面,为观众带来一场紧张刺激的空中冒险;《志愿军:存亡之战》动用了2000多名群演,生动再现了宏大战争场面,折射出我国电影工业的发展。

中国电影评论学会会长饶曙光认为,市场在变,观众的娱乐方式也在变。电影人要有创新意识,以求求变,更好地研究观众、研究市场。只有赢得更多观众,电影才能赢得更大的市场发展空间。

与此同时,丰富的文化惠民活动,激发市场潜力。

早在今年暑期,国家电影局便启动了2024年全国电影惠民消费季。消费

季覆盖暑期、中秋、国庆等主要电影档期,给观众提供积分兑换、购票立减、多券叠加、观影享受商圈折扣等形式多样的优惠。

各地结合实际,推出了相关惠民活动。

国庆期间,结合惠民文化消费季,北京市电影局发放了1000万元观影补贴,覆盖全市250余家影院;江苏省电影消费券惠享活动每天发放5000张“立减20元”优惠券,合计3.5万张;上海推出2024“乐影上海”电影消费券活动,在以往单人单券基础上,新推出双人同行消费券,为情侣、亲友、家庭等用户领券购票提供便利……

这些活动与丰富的内容供给相结合,为电影市场注入更多活力。

中央文明办 国家旅游局

文明旅游

每个人都是一道亮丽的风景线