

# 返乡大潮推动县域乡村消费升级

## ——新春新消费系列观察之三

本报记者 朱承全琳琨 通讯员 李增炜 胡夏锋 叶晓龙 陈玲玲 姚雪

春节期间，“小城市消费升级”的话题一度冲上热搜。有网友表示：“回到家乡，发现县城的消费实力已高攀不起。”还有网友发现，许多新兴消费业态，在下沉市场照样生机勃勃。

记者跟随返乡大军探访浙江各县域，只见小城市里烟火气升腾，乡村消费也是百花齐放。各地抓住春运返乡人潮契机，推出一系列特色鲜明的新场景、新业态，不少消费亮点已成为当地经济的新引擎。

### 返乡消费动力十足

2月19日上午10时，三门新兴街蓉耀排档老板娘章丹珊的订餐电话响个不停。“春节期间没有一天停业，订单量增长60%，除夕到初九10天的总营业额突破20万元。”章丹珊告诉记者，春节期间，海鲜价格上涨不少，但没有劝退慕名而来的食客。返乡大潮，把县域的消费激活了。

“饿了么”平台数据显示，春节期间，浙江不少县市外卖消费量比去年同期增长超过五成。其中，龙港外卖量同比增长超160%，诸暨同比增长60%，江山、临安和桐乡等均同比增长超五成。

桐乡、苍南、余姚、乐清、平阳和临海等多地的数码外卖量同比增长超110%，象山、平湖、慈溪和义乌宠物用品外卖量同比增长超300%，海盐、长兴、临海、新昌等地美妆护肤用品外卖量同比增长超90%，象山、慈溪等地母婴用品外卖量同比增长超过十倍。

除了强势“加持”的餐饮购物，一些隐藏在县城乡村的体验型消费场景也被返乡人潮发掘。

这个假期，一度沉寂的千岛湖骑行巷成为淳安县的人气“黑马”。沿着122级台阶拾级而上，巷子两侧的花鸟鱼虫、针头线脑、古籍旧玩、日用杂货诉说着老淳安人的市井百态，艺术馆、咖啡馆、茶舍、手工作坊、非遗体验馆等文艺店铺则描绘着淳安人的生活新图景。

“春节明显感受到，消费者不再满

足于商超购物打卡，更注重体验感，要到街巷里走走看看。”淳安县生态产业和商务局消费促进科相关负责人告诉记者，春节前6日，骑龙巷累计实现营业收入305万元，累计接待市民游客8.2万人次，同比分别增长46%和59%。

驱车来到永嘉县大若岩镇水云村，一路都能闻到咖啡的香气。“我们村7家咖啡馆，春节期间家家都是爆满的状态，位置好一点的店一天能卖出1000多杯，日营业额达4万至5万元！”书记陈永忠喜上眉梢。水云村位于楠溪江景区，以往来这里的游客以爬山为主，年龄整体偏大。为了能够吸引更多年轻人前来，2022年，水云村开了第一家咖啡馆试水，没想到一炮而红。2023年，村里又陆续开出6家咖啡馆，不少年轻人通过小红书等平台了解到这些开在山水之间的咖啡馆。

“春节期间水云村的客流同比增长了约35%，而且很多是来咖啡馆打卡的年轻人。”陈永忠说，“再过几天就是元宵节，我们还打算以‘宋韵文化’为主题，用灯光打扮整个村，让村里的人气越来越旺！”

### 小城业态惊喜多多

返乡青年为县域带来了新的消费动能，也被小城的商业活力所惊艳。

大幕徐徐拉开，年轻女子乘坐面包车钻进了朦胧的雾中，观众们跟着她穿过舞台。突然，一名长袍男子行色匆匆闯入小巷，几名青帮成员手捏短刀紧跟其后……这不是电视剧，而是春节期间位于衢州柯城的浸梦水亭门剧本杀现场。

“以前总羡慕大城市的丰富多彩，如今发现小城生活才是惊艳。”正月初十，返乡00后大学生小钟和朋友度过了充实的一天：上午逛时代广场，下午前往浸梦水亭门剧场玩一场“跑团式”剧本杀。夜幕降临，他们看完天王塔光影大秀，又前往码头乘坐豪华游船，观看信安湖大型沉浸式夜游演出。“春节场次最早就被订满了。”浸梦

水亭门负责人顾晗这两天忙里偷闲，思考接下来的运营策略。“小城市的消费创新性其实不比大城市弱。我们春节特供的‘繁花’主题展，3天就接待了2200多名游客来拍照打卡，接下来还会持续升级沉浸式演出，并培养一批本地演员。”顾晗说。

在金华八咏楼下，年轻人三两结伴，围炉煮茶。桐树门茶空间主理人应先生根据宋代古籍资料还原出三种古方“熟水”，其中紫苏款最受年轻人欢迎。

“大城市里天天忙着挣钱，过年回到小城市才沉下心来生活，喝着茶吃吃饭享受烟火气。”玲子趁着过年和老友相聚，她告诉记者，朋友带她逛了好几家好玩的店铺，让人“脑洞大开”，惊喜满满。

比如宋韵婺州府不仅提供美食，还给客人提供宋代妆造、焚香、点茶等宋代人的生活体验。不远处，婺州里·江浙雅宴的店长许昌贵正在确认下周的节目单，他告诉记者，店里每天都会上新节目，变脸、婺剧、琵琶、古筝等表演让人赏心悦目，带动了店里的餐饮消费。

为抓住春节假期人员回流黄金节点，各地业态创新高招不断：开化充分挖掘文旅资源，特别推出沉浸式国风活动，吸引了不少来自北京、上海、江苏等地的游客，至2月17日，已接待游客25.13万人次，同比增长24.28%。桐乡的水上年夜饭、乌镇长街宴吸引景区人数持续走高，客流量同比增长101%。德清举办“春节跨年火锅节”，其间客流量达4.5万人次，拉动消费超800万元。

### 特色年俗与时俱进

“龙年龙泉开龙窑。甲辰龙年第一窑开窑啦！”正月初一，龙泉市宝溪乡溪头村锣鼓喧天，人山人海。一场“不灭窑火·大家一起烧龙窑”的开窑纳福活动吸引了全国各地2000余名游客参加，感受千年“非遗”魅力，直接促进农产品销售2万余元，实现宝溪当地农家乐吃住收入约5万元。

“我们家人都很喜欢龙泉青瓷，今

年特地赶来宝溪过年，就是为了看龙年第一窑开窑。”现场，一位北京游客买下一个古朴的花瓶瓷器，还打算再带几个回去送给亲朋好友。

“结合龙泉青瓷特色，我们在春节期间还通过推出丰富多样的农商文旅系列活动，免费开放青瓷小镇景区等惠民方式满足大众节日消费需求，吸引人们留在当地过年。”据龙泉市文化旅游投资发展股份有限公司统计，春节期间，中国青瓷小镇景区游客量同比增加152.71%，营收更是同比提升403.23%。

发挥特色优势，通过商文旅联动打造有竞争力的年俗消费场景，成为不少县域春节发力的共识。

“中国温泉名城”武义的做法是直接请打工人和大学生免费泡温泉。2月19日，从杭州返乡的大学生霍婷婷来到武义唐风温泉酒店，享受了家乡的馈赠：“逛过夜市、玩了桌游，一身疲惫在温泉池里烟消云散。而且在官方微博提前预约就行，超级方便！”

“我们通过政府补贴、景区联动等形式，推出‘春节假期泡汤’活动，目前已送出免费泡温泉体验券1000多张。”武义县文广旅体局相关负责人说，这个春节，武义多家温泉度假酒店平均出租率超80%，当地已发放文旅消费券600万元，带动销售额1290万元。

在新昌，南街“碳水王国”启动“春节不打烊”活动，100多米长的街道上美食汇聚：春饼、芋饺、汤包、新昌炒年糕……热腾腾的小吃店门口挤满了被美食吸引到“走不动道”的游客。

“原先准备了两天的食材，一天就用完了，从开门到晚上9点多，一直都是顾客盈门，所有食材卖完才得以歇息。”四时春澄潭汤包店主蔡岚春节忙个不停。

数据显示，春节期间，新昌南街“碳水王国”累计接待游客超15万人次，其中外地游客超10万人次，实现营收超200万元，均创下历史新高。

随着春运人潮回流大城市，如何将新春消费活力延续，也将成为县城乡村的又一道思考题。

## 从“初夏”到“隆冬”，全省即将冷暖骤变 龙年首场寒潮来袭



2月19日，雨水节气，杭州暖阳和煦，灵峰探梅景区游人如织。受寒潮影响，20日起浙江将迎来明显降温降水天气。 本报记者 徐彦 摄

天，就让人从初夏回到隆冬。“因为目前正处于厄尔尼诺的峰值，所以1月以来，气温变化也较大。”毛燕军解释道，目前的副热带高压位置处于常年4至5月的位置，短时间内会出现明显的增温现象。

很多被“初夏”迷惑的农作物已经悄悄现蕾甚至开花，这让许多农民担心它们抵抗不住接下来的寒潮天气。在永嘉的田间地头，浙江大学农学院周伟

军教授发现部分油菜出现根腐病。“这几天，由于温度较高，油菜、麦子、蚕豆、豌豆等很多越冬作物开始提前抽薹，相应的病、虫、草害也提前来了，尤其是浙西南地区。”周伟军说，在冬季过程中，花芽未分化的农作物有较强的抗低温能力，但是经过温暖的天气后，营养生长开始转人生殖生长，使得一部分农作物提早现蕾开花，这时的农作物较难抵抗5℃以下的低温，容易出现受冻现象，

会消耗很多营养和能量。他建议，19至20日进行少量施肥，趁着土壤湿润，农作物吸收好，能有效增强其抵抗力。

面对未来一周的寒潮天气，周伟军提醒，要及时清沟理渠，避免田间积水，加强中耕培土，以防出现冰冻，设施栽培必要时采用加温、加热等增温措施。温室大棚要提前检修加固，修复受损棚膜，加强密封性。露地作物可采用铺草、培土、覆盖等措施进行保温。

促进创新链产业链资金链人才链深度融合，开启“高能”人才引擎。

创新之道，唯在得人。得人之道，必广其途以储之。

“新春第一会”提出，要树牢“大人才观”，树牢人才是第一资源、怎么重视都不为过的观念。这一席话，让省旅投集团党委书记、董事长陈祝毅感恩重任在肩。他说，省旅投集团旗下的省人才发展集团是我省人才发展服务市场化主平台，更要扎实做好战略人才引育行动，让各类人才从各地各式各样的产业

政策、人才政策中在浙江找到最优解，促进人才发展与地方经济深度融合、互促共进。

尤其在高端人才引进方面，省人才发展集团与省内多家地方人才办、高能级科创平台、高校及科研院所、省属企业建立引才合作关系，聘任国际院士40名、全球引才大使20名，着力解决“市场做不了、政府不便做”的问题。“只有引得进、用得好、留得住、有实效，才能实现地方和人才双向奔赴。”陈祝毅说。

这个春节，楠溪江火了。

客流指数全国第四、日均人数浙江第二……作为老牌4A级景区，楠溪江与许多5A级“大佬”携手霸榜景区热力榜。楠溪江为啥这么火？透过这波春节流量，我们可以看见什么？

百度地图交通出行大数据显示，2月10日至11日，楠溪江景区以143.44的客流指数排名第一，力压杭州西湖、南京夫子庙等地。

有分析认为，这与大环境息息相关。作为疫情后的首个超长春节假期，超20亿人次“迁徙”，带动旅游市场热辣滚烫。加之春节前后的雨雪冰冻天气影响，不少人北上受阻，南方景区成为短途游首选，楠溪江也迎来了自来自流。

但只靠运气，并不足以承接这波“泼天富贵”。

去年，楠溪江音乐节重启，吸引了全国各地近2万名游客、乐迷。楠溪江也在乐迷炽热的期待中，一年举办三场大型音乐节，场场火爆。

除了音乐节高歌猛进，此前林坑、苍坡等地的晒秋美景也带来了稳定的流量，为楠溪江的火爆再添了一把火。元旦假期，楠溪江游客接待量稳居全省前三。

接连的热度，延续到了春节。春节期间，楠溪江景区客流指数排到全国第四。据浙江省文化广电和旅游厅统计，春节期间楠溪江景区以日均40万人次排名全省第二，仅在西湖风景区的49.5万人次之后。

这几年，楠溪江一直在打造“年轻化”人设。除了年轻人钟爱的音乐节外，各阶段还不断亮出新打法，植入年轻人喜欢的消费场景。

在千年古村苍坡，从腊月二十开始，推出“年味苍坡”民俗活动。走在苍坡，随处可见身着汉服的年轻人。捣年糕、听戏、舞狮等活动就地取材，在这里体验的就是古村的日常。

不仅如此，结合民俗主题，当地还引入备受年轻人喜爱的打铁花非遗表演，丰富了楠溪的夜游氛围。

温州市楠溪江旅游经济发展中心有关负责人说，以往像苍坡等村落的民俗活动以自发为主，过年期间客流量仅2000余人。今年楠溪江为苍坡古村量身定制年味场景活动，一下子聚集了4.76万人次，门票收入17.3万元，带动本地村民农产品、餐饮住宿等收入超130万元，村集体增收7万元。

陶公洞景点有着“天下第十二福地”的美誉，景点所在的水云村，结合祈福文化布置了祈福场景。在这里，游客可与江中欢腾的锦鲤合影打卡，也可以放水灯、写祝福，为新年祈福。春节期间，陶公洞人数达4.78万人次。

在陶公洞不远处，新开业的“榕树下”咖啡馆趋势推出“祈福咖啡”，春节期间营业额超5万元。这样的咖啡馆，在楠溪江已开出50多家。

在温州大学文化创意产业研究所所长、瓯江特聘教授蔡贻象看来，楠溪江从温

到火，展现了当下旅游心态的转变。“以前的旅游，大家主要为了观光。现在则更注重体验，更想知道在这里能玩什么。比如参与当地村民的日常生活，拍照打卡在社交媒体发布，实现自我表达。”蔡贻象说，春节里楠溪江的几个热门景点，也正是搭建了年轻人喜欢的消费场景，将游客的旅游体验推向了首位。

温州市楠溪江旅游经济发展中心党委书记、主任戴春光说，近年来，楠溪江打造音乐漫都，植入休闲场景。在楠溪江能让游客们体验到不同于工作日的放松感。

“一旦景区的文旅融合与消费需求同频共振，冷资源也能变成热经济。”蔡贻象说，要主动了解年轻群体的喜好，研发出个性化文旅产品管理，因地制宜营造新的生活场景和消费内容，持续性推出丰富而优质的旅游产品和活动体验。如此，方能让游客对楠溪江充满更多期待，让每趟旅行更有记忆点。

## 春节假期，杭州游客接待量同比增长超五成 文旅新场景催生消费新亮点

本报讯（记者 刘健 叶怡霖）2024年龙年春节超长假期已经结束，杭州全市消费总金额为166.59亿元，比2023年同期增长5.4%，比2019年同期增长63.3%。

钱都花到哪里去了？把这份账单“掰开揉碎”了看，增长的动力显而易见。

据统计，这个春节，杭州全市景点接待游客1350.67万人次，比去年同期增长53.9%，比2019年同期增长13.8%。

大量涌入的游客，直接拉动餐饮、住宿等消费的增长。据杭州市旅游经济实验室分析，春节期间，包括餐饮、住宿、旅游出行、零售、文化体育和娱乐及其他服务在内的杭州市涉旅总消费达106.95亿元。与去年的“报复性消费”及政策的刺激推动相比，今年春节游客接待量仍能有较大增幅，足见杭州旅游市场的巨大潜力。

大量游客涌入，杭州顺势推出丰富多彩的文旅活动，刺激夜间消费高速增长。春节期间，杭州全市零售、餐饮夜间消费金额达49.8亿元，同比增长55.5%。

消费新场景的涌现，也不断催生旅游消费新亮点。

大年初一到初八，运河游船累计接待超过2万人次，较去年同期增长超110%，较2019年同期增长近130%。吸引大家乘船的，是杭州特别推出的“龙年限定”游船——“大运龙舟福气船”，船身装上别有韵味的手工鳌鱼灯、龙形窗贴挂饰，吸引不少人前来讨彩头。

春节期间，杭州用五枚“龙年新春

限定章”的创意，吸引超8万人前往景区。

江苏95后姑娘章晴春节来杭州玩，随身携带了一本装帧精美的笔记本。“早早在网上查好攻略，准备从小河直街逛到大兜路……一定要把这五枚印章集齐。”章晴笑着说。

新型消费加持下，这个春节，杭州省外游客较元旦假期明显增加，占比从38.2%上涨到47.3%，以江苏、上海、广东、安徽、山东和河南为主。年轻人的过年形式正变得愈加多元，年味也可以是追求诗与远方。

从春节消费来看，杭州是典型的文旅消费城市。“相较成都、重庆等地，杭州的商品和服务消费品质需加速升级。”浙江工商大学现代商贸研究中心主任肖亮说。杭州的春节账单也能说明问题：无论是消费人次，还是消费总额，都实现不同程度增长，但“客单价”却下降近三成。

“这不能简单归为消费降级，还和文旅消费‘新玩家’快速增加、稀释了消费总金额有关。”肖亮说，“‘新玩家’往往消费较为保守”。

据了解，2023年，杭州社会消费品零售总额已达7671亿元。“从长远看，杭州要晋级万亿消费城市，需在消费的影响力、辐射力和竞争力上做文章，落实到近期行动上，就是塑造有辨识度的消费场景。”肖亮建议，“比如，可结合亚运元素，做大做强户外运动消费。”

杭州已然行动起来，发力直播消费、展会消费、首店消费和跨境消费，激发有潜能的消费。“人从众”扎堆的各大景区、线上线下满满的购物车……从春节“开门红”出发，杭州正阔步迈向消费万亿之城。

一直以来，省委金融办（原省地方金融监管局）主动融入中央、省委人才工作战略布局，加强金融人才队伍建设 and 遴选平台建设，组织实施金融领域重点人才工程，推动打造“人才银行”“人才板”“人才担保”“人才小贷”等全链条人才金融支持体系，累计助力3319家人才企业融资427亿元，服务省部级以上高层次人才占比超50%。

当育才、引才、聚才、识才、用才、护才的空气充盈整个社会，浙江必将成为各类人才向往集聚之地。

（上接第一版）

中国科学院杭州医学研究所是中国科学院第一个以医学命名的研究机构，致力推动关键生物技术创新。谭蔚泓说，创新发展关键在人，聚良才、育将才、用好才是成功的关键和关键。浙江首提要全面加强“三支队伍”建设，就是要释放“人人皆可成才，人人尽展其长”的信号，开创“人才成就浙江，浙江成就人才”的崭新局面。

回到白马湖实验室，看到科研人员盯着实验、忙于产业的景象，中国工程