

“五一”期间,重庆消费市场热度再攀升 同比增长6.5%背后的三大“热力源”

□ 重庆日报记者 周盈

5月5日,记者从市商务委获悉,今年“五一”期间,我市紧扣“全域全季消费潮”活动,通过政策撬动、市场驱动、多方联动,带动消费市场热度持续攀升。监测数据显示,“五一”期间全市消费总额比去年同期增长6.5%。

活动热 特色主题点燃消费热情

“五一”期间,各区县借助资源联动、商文旅体业态多跨联动、“首发经济”等,推出一系列特色主题活动。

4月29日晚,2025中国(重庆)国际消费节在江北区观音桥步行街启幕,五大主题展馆同步亮相。

消费节带动观音桥商圈沿线经营主体销售额超4.2亿元,观音桥商圈日均人流量超百万,悦己红妆、智汇生活等展区人气居高不下。

下。其中悦己红妆展区汇集圣罗兰、兰蔻、娇韵诗等品牌,单日最高销售额超40.3万元;智汇生活展区汇集华为、VIVO、深蓝等品牌,单日最高销售额超72.5万元。

荣昌区举办“卤鹅非物质文化遗产美食消费季”,以卤鹅为依托,推出包括美食、文旅、非遗等元素的“N+1”多元“宠客套餐”,让当地消费市场迎来历史性突破,假期实现零售额20亿元,同比增长258%。

此外,渝中区策划“漫购、漫赏、漫品、漫玩”促销活动;渝北区推出品质生活、时尚消费、文旅融合系列主题活动,发布《渝北消费地图》;沙坪坝区启动“爱尚重庆·跃动沙磁”消费季,联动开展多场特色消费活动。

据统计,“五一”期间,全市共举办各类消费促进活动近150场。

商圈热 五大商圈消费总额同比增长9.2%

“五一”期间,重庆各大商圈、商场频频出

“新”,推出力度空前的节日促销,商圈消费引领全市消费热潮。

在两江新区光环购物公园,巨型透明艺术装置《城市治愈计划》吸引大量年轻人驻足。在国内首次展出的5件大型装置艺术作品,为游客带来了全新的艺术体验,不少游客说“这里随手一拍就是大片”。

“五一”期间,光环购物公园接待游客11万人次,销售额480万元。

商场同步发力,比如江北区国金中心、渝中区时代天街、龙湖金沙天街等精心布设美陈,推出艺术主题展、IP首展、沉浸式市集等消费场景;佛罗伦萨小镇、重百新世纪等发放各类消费代金券,持续开展惠民促销;苏宁易购解放碑总店紧扣“国补”政策,加大力度开展家电、3C等超值优惠活动,带动消费市场持续升温。

数据显示,“五一”期间,中心城区解放碑、观音桥、杨家坪、南坪、三峡广场五大商圈消费总额同比增长9.2%。

文旅餐饮热 带动消费市场“多点开花”

“五一”期间,全市旅游市场进一步释放消费新动能,低空飞行、国潮华服、美食节等特色活动为文旅消费注入新动力。

在龙兴通用机场,上海游客罗丽奇在体验“云端瞰湖”专项航线后,兴奋地说:“原价698元的低空观光项目,用消费券后直减200元,高空俯瞰明月湖的感觉太震撼了!”据悉,这个假期,城市中跳伞和固定翼飞行体验项目大受欢迎。

作为美食之都,“五一”假期,重庆的烟火气也在麻辣鲜香中升腾。在位于江北大石坝的“九村烤脑花”,广州游客陈先生说:“来重庆前就听说烤脑花是‘黑暗料理’,尝了一口,真香!”忙着翻烤架的店员告诉记者:“假期每天能卖500多份,外地游客占七成。”

数据显示,“五一”期间,全市餐饮行业营业额同比增长7.7%。



园林工人们正在河道栽种水生植物盆栽。

治理项目,将针对5条河流实施总长35公里的全流域治理。

据大足区生态环境局项目办负责人李

明松介绍,此次治理将采取岸上与水上协同推进的方式。岸上开展污水管网建设,构建生态缓冲带与生态拦截沟系统,水中栽

植水生植物群落,并配套建设生态步道等设施,通过多维度治理手段提升流域水环境质量,打造水清河畅、岸绿景美的生态廊道。

深化文旅合作 升级文旅品牌 大足资阳共建巴蜀文化生态保护实验区

持用于文物保护,积极创建石窟寺国家遗址公园。

目前,大足区坚持高起点、高标准规划建设,联动“一城、三山、四园”,突出“产城景、农文旅”融合,做到“点上做靓、串珠成链、全面提升”。通过加快培育大足石刻世界级旅游景区,购票游客人数和门票收入均实现显著增长。同时,大足区还积极创建国家级旅游度假区,推动龙水湖游船购票人数翻倍,旅游业不断升级发展。

在推动文旅融合发展的过程中,大足区

还注重丰富“文旅+”产业。通过加快推进石羊农文旅示范区、大安农旅融合发展示范区、石刻(窟)文创园等园区建设,串联大足石刻、安岳石窟等景区,打造“石刻+”产业集群。同时,一批重大文旅项目相继落地,为区域经济发展注入了新的动力。

在“资足常乐”文旅品牌的打造上,大足与资阳携手共进。两地共建巴蜀石窟文化旅游走廊联盟、巴蜀世界遗产联盟,联合推出石刻艺术文化旅游直通线、红色旅游精品线路及主题旅游商品。通过举办系列节会活动、

推出微电影和主题曲等方式,让“资足常乐”文旅IP深入人心。随着大足与资阳等地文旅合作的不断深入,合作产生的经济效益也日益显著。

下一步,大足区将继续深化与周边地区的文旅合作,全力打造具有国际范、中国味、巴蜀韵的国际文旅名城。力争2025全年接待游客4200万人次,过夜游客110万人次。全区文化产业增加值占GDP比重3.5%以上,旅游业增加值占GDP比重2.8%以上。

对庸俗低俗的文旅宣传说“不”!

文化不是快餐,地方特色更非快消品。

近期,多地文旅宣传“怪相”频现:一些基层干部或在田间地头扭捏作态,一边“公主抱”一边互喂樱桃;或是赤膊上阵,在池子里用温泉水泡茶喝……对此,有人爱看,觉得这种宣传“接地气”;有人反感,认为这是在“擦边”,有庸俗、低俗之嫌。

何为“文旅”?“以文塑旅,以旅彰文”是它的真谛。应该看到,文化传承绝非流量生意,地方形象不容媚俗消费,扮丑作秀的“土味营销”不可能长久。

—

当前,文旅产业发展迅猛,市场竞争也日趋白热化。文旅创新的“破圈”实验需要掌声,但对失序的“内卷”,必须亮起“黄牌”。

靠“丑态”换热度,形象早晚会“塌方”。部分地方文旅将“扮丑”当作推广密码,用肉麻台词制造话题,以夸张动作吸引眼球,借低俗剧情收割流量。

把传播当发展,将媚俗当创新,以流量代口碑,不可否认,在短期内,这些做法的确可以收割一波关注。但从长期来看,这已然透支了文旅的“里子”。受众记住的不是山水之美、人文之韵,而是令人尴尬的“名场面”。

沉迷同质化套路,特色终将被“卷没”。看别人靠“变装秀”“整花活”火了,就批量复制“网红局长”;见某地“土味喊麦”上了热搜,就立刻组建“干部天团”进行模仿……眼下,

一些同质化宣传套路有泛滥的趋势。

值得警惕的是,这类始于模仿、陷于平庸、终于淘汰的低水平复制行为,正在让一些地方的文旅产业沦为毫无灵魂的“文化复印机”。最后连游客都犯了迷糊:到底是来感受地域特色,还是来看千城一面的“网红同款”?

丢了服务本质,文旅宣传搞反了主次。某些地方文旅过度聚焦“干部出镜”,却忽略了对文旅资源的深度挖掘,没能补齐当地文旅环境短板,最终“流量”难以转化为“留量”。

不愿花时间打磨产品,只想靠“人设”快速变现;把通俗曲解为庸俗、低俗,误以为这样就能让人民群众喜闻乐见……这些看似“创新”,实则投机的做法,其本质就是一种价值观错位。若放任其蔓延,只会把文旅产业推入虚假繁荣的陷阱。

二

当然,也应看到地方文旅的努力。既要理解他们身上“怕不跟风就掉队、怕不出新就过气”的“创新焦虑症”,更要找准病灶、精准开方。

流量崇拜下的价值迷失。在“流量为王”的指挥棒下,仍有部分地方将文旅传播数据等同于宣传实效,把文化厚度简化为数据热度,把服务深度异化为表演强度,陷入“唯流量论”误区。

这类考核机制催生短视行为,倒逼运营团队选择低门槛、强刺激的内容。但思维

上的急功近利,终将背离文化传播规律,让本应是地方文化“放大镜”的文旅宣传,成了流量焦虑的“哈哈镜”。

文化自信缺失的本领恐慌。一些地方明明文旅资源丰富,却将厚重文脉削足适履地塞进庸俗化、低俗化的视频脚本里;还有地方的文化资源尚未充分挖掘,却已经觉得自己底气不足,不如直接照搬别人的套路。

文化不是“万能药方”,而是发展的底气;自信不是自大,而是把老故事讲出新意思。一些成功案例早已说明,当文旅宣传少些东施效颦,多些守正创新,文化资源自会转化为发展动能。

创意匮乏导致的低质竞争。没有能力从本地文化中提炼独特卖点,把低俗套路当作流量捷径,将复制粘贴视为最优策略——同质化宣传套路的泛滥,暴露的是想象力的匮乏、创意营销的“贫血”。

文旅创意是一项需要专业打底、技术赋能的系统工程。就像炒菜,离不开深谙食材特性、刀工火候的好厨子。想让市场记住你,得靠真本事把自家“特色菜”做精,而不是靠抄袭别人的“菜单”搞低质竞争。

三

文旅宣传是地方文化的展示窗口,更是国家文化软实力的具象投射。

地方文旅宣传要告别庸俗化、低俗化的路径依赖,就得少些博出位的“秀下限”,多些价值深耕的“慢火细煨”。

回归文化本真:从“流量快餐”转向“精神硬菜”。文旅宣传的本质是文化价值的传递,而非猎奇表演的秀场。地方文旅的核心竞争力,藏在“人无我有”的文化基因里,体现在对文化资源的创造性转化、创新性发展之上。

地方文旅不应只盯着文化符号的“形”,更要解构它的内核,将地域文化转化为可共鸣的情感符号。让文脉说话,让历史活起来,守住文旅宣传的初心,方能避免“网红变网黑”的尴尬。

锻造专业主义:以“真功夫”破解“伪创新”。地方文旅宣传需要专业团队与科学规划的助力。文史专家解码文化基因,非遗匠人活传承技艺,创意团队重构叙事逻辑……环环相扣方能成体系。

文旅竞争加剧,也考验地方治理智慧。与其在流量泥潭里打滚,不如用科学研判代替盲目跟风,用产业思维告别“土味作坊”。同时,也应保持“十年磨一剑”的定力,实现从流量泡沫到文化沉淀的跨越。

构建长效生态:从“爆款狂欢”到“口碑沉淀”。根治庸俗、低俗的文旅营销,离不开制度的刚性约束。应进一步完善文旅宣传内容的审核机制,对畸形生态及时纠偏,锚定正确的价值取向。

对受众来说,面对“土味营销”,也不妨多一些理性判断,努力将文化认同转化为自觉行动,以理性互动滋养健康生态。当我们以虔敬之心触摸山河,山河自会回馈以文化的重量。

据上游新闻

第五届大足石刻华服周 华服音乐会举行

新渝报讯(记者 邓小强)5月1日晚,“巴蜀文化旅游走廊—第五届大足石刻华服周”暨“青春大足·石刻绽放”华服音乐会在大足区昌州古城举行,100多名川渝两地的华服爱好者施展才艺,以华服和音乐诠释宣传大足石刻文化。

共青团重庆市委书记龙东阁,大足区政协主席廖文丽,区委副书记罗晓春,区委常委、宣传部部长杨桦,副区长尹道勇、孟怀勇,双桥经开区党工委委员、管委会副主任覃伦富出席活动。

第五届大足石刻华服周活动由共青团重庆市委、共青团四川省委、重庆市文化和旅游局、大足区委、大足区政府主办。川渝两地的青年人着华服、来大足,以短视频、旅拍视频、图片等方式,展示巴蜀人文自然景观和华服交融的独特魅力,多样化诠释大足石刻价值。

当天晚上7点半,华服爱好者联袂登台,举行华裳祈福典,祈愿天下大足、福满天下,就此拉开音乐会序幕。

罗晓春欢迎青年华服爱好者踊跃参加活动。他说,青春是最亮丽的底色,青年们应该为身处伟大的祖国、伟大的时代,担负伟大的使命,感到无上的荣光;文化是最深沉的力量,大足石刻文化博大精深,从中可以看到文化的流淌、人性的光芒、政德的力量,希望青年们传播好中华优秀传统文化;热爱是最强大的动力,希望青年们热爱祖国、热爱事业、热爱生活,为中国式现代化建设贡献磅礴力量。

华服音乐会节目丰富多彩,华服爱好者活灵活现扮演大足石刻养鸡女、吹笛女、书生、四大天王等经典造像人物,吹响大足石刻笛箫,配合RAP进行T台走秀,合着国风歌曲节拍跳动国潮舞蹈,演奏乐器朗诵大足主题诗歌,多种形式让大足石刻文化“活”起来,给观众带来了一场视听音乐盛宴。

长沙观众热情点赞舞剧《天下大足》

新渝报讯(记者 邓小强)这个“五一”假期,长沙观众与重庆市大足区结缘,观看了到长沙巡演的渝派舞剧《天下大足》。舞美、意境美,主题好,众多长沙观众直呼“非常享受”,不仅给出正面评价,并且乐意积极向身边人推荐。

观众胡珂称赞,舞剧整体的舞美带给她一种很震撼的感觉,道具多种多样,使用恰到好处,特别是落石、镜面等道具的运用,“蛮神奇的”。她认为,这部剧的视觉效果、听觉效果都非常“带感”,演员们的舞台表现力很惊人,自己被他们的动作带动了感情,虽坐在观众席上但能真正沉浸于其中。

观众刘碧娇表示,舞剧《天下大足》所展示的重庆大足人的工匠精神特别令人感动。舞剧有几个篇章,从小满到无常,工匠们在经历挫折后依然奋起,在恶劣的环境下依然坚持去做这样一件事,特别令人感动,因此她很想马上去大足,看看大足石刻到底会带给她何种惊喜。她赞叹说,不仅舞剧精彩,现场展出的大足石雕作品也非常漂亮。看剧之后再看这些石雕,感觉到每一件作品都有它的历史沉淀,在这么多年之后,还有工匠继续从事这项工作,从一刀一刻都能感受到工匠精神的传承。

观众卜女士说,舞剧《天下大足》非常精彩,值得推荐,“演出团队是东方歌舞团的演员,他们不愧是专业的舞蹈演员,从头到脚都显现出深厚的舞蹈功底,每个细节都把握得很好”。

观众戚先生10年前在重庆看过大足石刻,这次得知舞剧《天下大足》来长沙上演,专程赶来观看第一场,与大足石刻“再续前缘”。看完舞剧后,他心情愉悦、直呼满意。熟知大足石刻的他评价,这部剧给他的总体感受是“非常感动”。让他为之动容的地方很多,首要的就是本剧的核心主题“人间小满,天下大足”。他赞同说,一个社会就是由无数的普通老百姓组成的,只要每个人过好自己的日子,最后就会实现天下大足。

“值得推荐,我觉得很好看”。观众小何说,剧中男主角小福去救石匠们的场面特别打动人,演员们的舞蹈技艺很出色,每个人的表现都很强,特别要夸赞一下扮演“师娘”的朱瑾慧小姐姐。她赞叹,不光演员给力,这部剧的音乐也很生动很好听,很契合剧情和时代面貌;灯光效果突出,营造出唯美意境,其中使用了镜面道具,是其它舞剧没有使用过的,十分满意这一创新之举。

舞剧《天下大足》全国巡演长沙站“宠粉”福利多 100张大足石刻景区纪念票免费送

新渝报讯(记者 邓小强)5月4日至5日,在舞剧《天下大足》全国巡演长沙站活动举行时,大足区文旅集团给观众发放“宠粉”福利,现场赠送100张大足石刻景区纪念票,助力长沙观众跟着舞剧游大足,免费畅游大足石刻景区。

按照规定,购买单张舞剧《天下大足》门票价格在480元及以上的游客,可以用一张舞剧门票兑换一张大足石刻景区纪念票,实行先到先得。每张兑换票包括宝顶山石刻景区门票、北山石刻景区门票和景区内的摆渡车交通票,使用期限为2025年年内。成功兑换纪念票后,观众非常惊喜,纷纷表示要使用好这项“宠粉”福利,尽快去大足石刻景区参观游玩。

“我还没去过重庆大足呢,这下是非去不可了”。观众李欣开心地说,满怀期待来看舞剧《天下大足》,拿着门票就兑换到了一张大足石刻景区门票,非常意外和开心,也非常期待能够到大足去打卡。

观众陈为华是一名导游,已经多次参观过大足石刻景区,这次兑换到了两张景区门票,他依然觉得很兴奋,为大足举办这场暖心活动点赞,“这种互动活动非常有意义,我今年肯定会再去一趟大足的。”

(上接1版)

欧盟领导人表示,过去50年,中国实现历史上最快的持续经济增长。欧盟和中国建立起广泛联系,成为彼此最重要的贸易伙伴,为双方人民福祉和经济发展繁荣作出贡献。在当前全球不确定性和地缘政治变化的背景下,欧盟愿同中国深化伙伴关系,加强交往合作,维护联合国宪章宗旨原则,携手应对共同挑战,促进世界和平、安全、繁荣和可持续发展。

同日,国务院总理李强同科斯塔、冯德莱恩互致贺电。李强表示,中方愿同欧方一道,坚持全面战略伙伴关系定位,进一步提升中欧关系的稳定性、建设性、互惠性、全球性,为世界注入更多稳定性和正能量。

欧盟领导人表示,过去50年欧中关系不断深化拓展。欧盟愿同中国一道,共同应对气候变化等全球性挑战,维护多边主义和稳定的国际秩序。