

冰雪燃热度 文化添年味 吉林文旅新春活力绽放

银蛇贺岁,万象更新。
当新年的钟声悠悠敲响,热闹喜庆的氛围紧紧包裹着吉林大地。一场场精彩纷呈的跨年活动,如同一簇簇绚烂的烟火,与蓬勃发展的冰雪旅游相互映衬,共同奏响了蛇年新春的欢乐乐章。2025年春节假期,吉林文旅凭借冰雪旅游和文化体验成功点燃市场“热度”。

冰雪为媒,旅游热潮持续升温

春节假期前3天,全省重点监测的9家5A级旅游景区累计接待游客超10万人次,冰雪旅游成为拉动文旅市场的强劲引擎。

长春冰雪新天地凭借每日上演的沉浸式演出、热闹巡游和激情雪地蹦迪,吸引了大批游客,累计接待游客超5万人次。长春南湖公园精心打造的“东北民俗雪村主题游园会”,将东北民俗风情、冰雪

文化与自贡彩灯巧妙融合,累计接待游客4.6万人次,让游客沉浸式感受多元文化魅力。长春青怡坊云琅的2025吉林省冰雪雕艺术大赛参赛作品免费对外开放,吸引了1.9万人次游客前来观赏。

长春天定山、庙香山、莲花山、净月潭等4家滑雪场累计接待游客1.48万人次。吉林北大湖滑雪度假区更是人气爆棚,众多中外滑雪客云集于此开启“蛇年”首滑,累计接待游客数同比增长69%。为迎接首个“非遗春节”,万科松花湖度假区张灯结彩,用传统民俗点燃新年氛围,累计接待游客同比增长33%。

万峰通化滑雪度假区推出春节打卡地、新春饺子宴、“新年首滑”、集市东北风情过大年等系列活动,吸引了1.24万人次游客参与。长白山万达国际度假区内重点酒店日均入住率达71.9%,且呈逐日上升趋势。

梅河口知北村策划的“知北村年俗文化节”,将冰雪资源与民俗文化有机结合,累计接待游客1.05万人次。白山“雪谷市集”打造木帮赶市集、长白山下雪等六个特色板块,生动演绎浓厚的关东民俗文化,仅1月29日至30日就接待游客6.23万人次。吉林市北山风景区接待游客38.2万人次,同比增长60.5%,成为热门打卡地。

文化作伴,博物馆里年味悠长

春节期间,全省各级博物馆化身文化盛宴的“主阵地”,策划推出系列展览和社教活动共计110项,让走进博物馆的观众在观展和参与活动的过程中,深切感受节日氛围与历史文化魅力。

省博物院推出的新展《炽土·造物—陶器艺术展》,通过88件馆藏珍品,全方位展现陶器艺术的多样性与独特魅力,同时

还开展乙巳蛇年新春民俗体验活动,让观众沉浸式感受传统文化。伪满皇宫博物院举办的“新元瑞彩·吉韵传承”新春非遗体验大集,将吉林省特色文化与中国年元素巧妙融合,打造沉浸式新春游园活动,累计接待游客1.16万人次。

长影旧址博物馆变身年味十足的沉浸式体验空间,新增的“长影厂徽工农兵NPC”作为春节期间重点公演项目,吸引0.43万人次游客前来体验。长春市文庙博物馆举办“金蛇送喜迎福瑞 盛世欢腾万事兴”新春祝福仪式等文化活动,累计接待游客0.77万人次。白山市长白山满族文化博物馆策划的“巳巳如意 福满新年”春节文化主题展,搭配剪窗花、拓印画等春节特别活动,备受游客喜爱。吉林市文庙博物馆推出的新年特别活动,以传统韵味开启蛇年,吸引众多市民与游客踊跃参与。

吉林日报记者 刘姗姗

消费新理念 快乐过大年

这个新春,是“春节”申遗成功后的首个春节。首个“世界非遗版”春节,依旧是千家万户喜庆团圆……传统与新潮交织,线上与线下融合,火热的年货经济透着浓浓的年味儿,线上线下消费市场展现出强劲脉动。

商场、市集让烟火气更旺

春节期间,年货大集成为市民感受新春佳节的欢乐、一站式购物的好去处,线下实体店年货经济火爆。逛商场和市集的市民普遍感受,看得见、摸得着的购物方式更能在节日里感受旺盛的烟火气。为了满足市民的购买需求,长春市各大超市和农贸市场提前筹备,在确保物资丰富多样的同时,以较为平稳的价格和温馨的服务,为市民欢度新春佳节提供了坚实的物质保障。

在欧亚卖场年货大集上,百余家企业集中亮相,年货摊位一一铺开,酒品饮料、进口水果、粮油调料、零食干货等近千种产品等待着市民的挑选。“我和同事在大集上转了一圈,发现这里天南海北的东西都有,内蒙古的牛肉干、大连的海鲜、海南的椰子、山西的香醋……种类丰富、品质可靠,样样看了都想买。”正在选购年货的市民刘敏感慨地说。

“李姐,你买灯笼了吗?”“老板,我要一副磁吸对联,贴在冰箱上的那种。”……挂满红灯笼、中国结、对联等春节用品的摊位前,顾客络绎不绝,销售人员忙得不可开交。摊主王先生告诉记者,从小年到正月十五都是销售旺季,节前节后的价格相差不多。“对联、中国结、灯笼是主打产品,尤其是各式各样的手工灯笼,既能装饰家里,又可以和孩子一起拼装,很受欢迎。”

“酸酸甜甜的漳县特产沙棘果汁,免费品尝。”“看我这冰糖橙,刚到的货,特别新鲜,都切好了,你们尝尝。”在蔬菜水果售卖区,顾客们正在仔细挑选着。此外,各式各样的干果零食也成了家庭聚会必备之物,如山药片、鱿鱼片、地瓜干等零食,以及巧克力、糖果等甜品深受孩子们的喜爱。

过节期间,水产海鲜作为餐桌上不可或缺的美味佳肴备受青睐。长春市各处水产海鲜市场的商家准备了品类丰富的水产品,市场交易量逐步攀升,呈现出一片生意红火、供需两旺的繁荣景象。

在长白路水产市场里,活蹦乱跳的鲜虾、张牙舞爪的螃蟹、种类繁多的贝类,还有琳琅满目的冻货,各种水产品供应充足,让人目不暇接。从事水产批发销售近20年的李老板表示,为了应对春节市场,他们早就备足了货。“春节期间,我们每天凌晨就开始接货、卸货、卖货,一直持续到下午三四点。”李老板指着刚拉回来的一车海鲜说,因为水产品注重品质,除了冻货可以放冰箱、冰柜保存外,其他海鲜顾客一般都是现吃现买,所以节前和节后这几天是客流高峰期,进货量、销售量都比平时大得



长春中东大市场年货大集里,不乏年轻人前来采购,感受过年气氛。吉林日报记者 韩玉红 摄

多。“人气比平时大约翻了一倍,一个多小时仅大虾就卖掉50多箱,销售旺季来了。”

年轻人接过“年货采购权”

1月7日,“2025全国网上年货节”正式启动。这是商务部在“春节”申遗成功后的首场全国性网络促消费活动,将持续到2月5日。淘宝、京东、抖音、唯品会、拼多多、美团、饿了么、快手、小红书……热门平台纷纷推出一系列年味十足、亮点纷呈的线上活动。

如今,年轻人不仅接过了“有钱没钱,回家过年”的接力棒,还逐渐接过了“年货采购权”,成为线上采购年货的生力军。

一进入腊月,线上线下的平台和渠道就纷纷进入到年底的消费高峰。面对丰富多样的消费选择,已有数年线上采购经验的“80后”目标明确,如今“90后”“00后”的年轻人也开始采购、掌厨。

与老一辈喜欢在实体店购买传统年货相比,年轻人在线上能挑选到更多物美价廉甚至“新奇特”的年货。“80后”长春市民刘野掌勺家里的年夜饭已有4年,与家里老人习惯了做红烧鱼、酱猪蹄、烟肉段等传统菜品相比,他每年都琢磨着菜品创新,让全家吃出新意。高档生鲜是线上年货市场里的亮点之一,“我提前网购了帝王蟹、龙虾等一些海鲜,腊月二十九收货,同一时间去

市场买的话,价格要贵大概四分之一甚至三分之一。一年就奢侈一次,给老人做点他们以前吃不到、现在也舍不得买的。”刘野说。一份行业研究报告显示,我国生鲜零售市场规模已超5万亿元,2025年有望达到6.8万亿元。

今年春节是中国首个“世界非遗版”春节,国人内心的参与感与自豪感不仅增加了许多,通过线上购物,还能让天南海北的年货都汇聚到自家餐桌上。“90后”陈林林在天猫旗舰店下单了3份山东胶东非遗花饽饽,除了自己留一份,还直接邮寄给2位朋友一同分享这款外地的非遗美食。醒狮、葫芦、元宝、锦鲤等造型的花饽饽制作精美,为年夜饭餐桌上增添了更多文化气息。年轻人正在把春节过得更具新意,餐桌也正在“海纳百川”。

更多人愿为情绪价值消费

在长春新区·北湖企鹅村里,游客张琪和3个朋友在“村长”的带领下,站在冰天雪地里蹦迪狂欢,作为返乡过年的年轻人,张琪说:“过年不在乎吃什么,玩什么,而是想在情绪价值上得到更大的满足感,给忙碌了一年的身心放个假。”

春节,作为中国最重要的传统节日,承载着深厚的文化内涵和情感价值。2025年1月,Soul App旗下Just So

Soul研究院发布《2025 Z世代春节态度报告》,深入剖析了如今年轻人对春节的独特态度和行为习惯。结果显示,62.6%的年轻人认为春节是最重要的节日,49.8%的人更愿意花钱,觉得春节要有仪式感,人们“情价比”消费激增。在春节购物的挑选标准中,情绪价值已经成为和实用价值同等重要的首选考虑因素。通过赋予春节新的元素,如数字红包、线上拜年,以及购买旅游门票和线路产品赠送亲友等,为这个传统节日注入了新的活力和时代感。

对“00后”“10后”来说,春节主题红包封面、拜年表情包、吉祥语文案成为“过年三件套”,不再是买衣服、烫头发、美甲。他们更注重给自己和家人带来更高的情绪价值。“10后”张小西平时在书法班学得不错,春节前,她让妈妈帮自己购置了日历卷轴、中国风福卡挂件,亲自在上边书写了吉祥祝福,托妈妈送给亲友。成本不贵,但诚意翻倍。张小西的妈妈自豪地说:“送给朋友时,他们都说,这样的春节礼物远比收到昂贵的物品更开心。”

如今,春节期间线下消费依旧保持火爆,线上也逐年展示出蓬勃新意,各年龄段的人群正在用对春节不同的态度和庆祝方式,传承非遗,弘扬传统。

吉林日报记者 韩玉红 马贺