



春节假期掀起旅游热潮，释放出文旅行业强势复苏崛起的信号——

“人从众”回来了，文旅消费有啥新趋势



一月二十六日，洪崖洞景区华灯璀璨，人气爆棚，前往洪崖洞游玩的游客数量惊人。见习记者 尹诗语 摄 视觉重庆

数据

1308.23万辆次 重庆高速公路总车流量

本报讯（记者 郑三波 实习生 鲁哲之）1月28日，重庆高速集团发布数据显示，2023年春节假期（1月21日至1月27日），重庆高速公路总车流量1308.23万辆次（其中客车占比97.28%，货车占比2.72%），日均186.89万辆次，较2022年同期上涨5.20%。

其中，7座及以下小型客车通行约1265.88万辆次，日均180.84万辆次，占总车流量的96.76%。

1月27日（正月初六）车流量218.32万辆次，是春节假期全网单日车流量最高峰，创下重庆高速公路路网单日车流量历史最高纪录。

高速公路车流量增大，到服务区的人流量也飙升。其中，服务区车流量排名前三的分别是：渝湘高速公路武隆服务区、沪渝高速公路冷水服务区和渝蓉高速公路围龙服务区。

100.1万人次 重庆火车站旅客发送总量

本报讯（记者 杨妮紫）1月28日，重庆火车站发布消息称，2023年春节假期结束，重庆火车站（1月21日至27日）累计发送旅客100.1万人次，高峰日在1月27日，发送旅客23.1万人次。同时，28日重庆火车站客流持续高位，预计发送旅客23万人次，主要以务工、探亲旅游返程客流为主，热门方向为广州、西安、上海、汉口等。

为应对返程客流高峰，重庆火车站提前研判客流变化，通过加开列车、动车组重联等方式增加运力。

1282.7万人次 重庆轨道交通运送乘客总量

本报讯（记者 杨妮紫）1月28日，重庆日报记者从重庆交通开投轨道集团获悉，为保障市民顺利出行，让游客玩得开心，重庆轨道交通春节期间（1月21日至27日）全网累计运送乘客1282.7万人次，开行列车26661列次，安检物品608.3万件。

为保障春节期间车站运营平稳有序，重庆轨道交通各车站“一站一预案”，量身定制突发大客流时的客运组织措施，确保乘客顺利乘车、平安出行。7天假期，重庆轨道交通全网累计运送乘客1282.7万人次，与2022年春节假期相比增加26.8%。其中，途经磁器口、朝天门等热门景点的1号线客流量最大，日均36.4万人次，其后是3号线（30.9万人次）、6号线（28.7万人次）、环线（23.4万人次）、2号线（22.6万人次）。

全网网客流量最大的前五个站点，分别是3号线观音桥站（8.1万人次）、6号线小什字站（8.1万人次）、2号线临江门站（6.4万人次）、1号线磁器口站（5.9万人次）、1号线朝天门站（5.7万人次）。

“可以看出，春节期间客流主要集中在商圈和热门景点等区域，李子坝、解放碑商圈、磁器口、重庆西站附近主要车站客流较去年同期分别增加319.6%、112.2%、72.2%、62.5%。”重庆轨道集团相关负责人表示。

值得一提的是，1月21日除夕夜，重庆轨道交通部分线路、区段原本按照规定延时运营至1月22日凌晨1点，但为了保证观看烟花表演的市民、游客顺利返程，轨道集团临时决定继续延长运营时间，其中6号线蔡家站延时运营至次日凌晨4点15分，创下了重庆轨道交通最晚收班的纪录。

5.87万人次 三峡博物馆观众总接待量

本报讯（记者 赵迎昭）这个春节，你逛博物馆了吗？1月28日，重庆日报记者了解到，春节假期，重庆中国三峡博物馆推出丰富多彩的展览和活动，累计接待观众58702人次（含重庆宋庆龄纪念馆、三峡文物保护基地），总接待量较去年春节假期增加162%。

参观博物馆的观众，来自哪里呢？三峡博物馆相关负责人介绍，外地观众占比达87.9%，来自四川省、陕西省和河南省的外地观众总数排在前列，分别占比26.5%、7.1%、5.4%。

观众接待量的大幅增加，带动了文创产品热销。据统计，今年春节假期，三峡博物馆文创销售额是2022年同期的4倍多。销售前十的文创产品主要是与重庆城市元素相关的文创产品，如巴渝十二景立体画、火锅冰箱贴、重庆纪念册等。

的订单量相比去年春节增长超过4倍。其中，曼谷的酒店预订增长显著，订单量同比增长超33倍，平均客单价上涨70%左右。这一方面是受到旅游复苏的影响；另一方面则是由于旅客度假兴致更浓，入住酒店的时间较去年更长。

重庆游客的出境游热情同样高涨，订单量同比增长112%。

飞猪平台大数据也显示：33个国家及地区的出境游相关商品订单量同比增长超过1倍，其中泰国的订单量同比增长超18倍，马尔代夫增长近15倍，新西兰增长超10倍。国际机票预订人次同比增长超4倍，签证办理人次同比增长超3.4倍。

“春节旅游的热度有目共睹，以此为起点，相信中国旅客的旅游消费信心和消费潜能将加速释放，今年的旅游市场会有可观的复苏。”携程研究院战略研究中心高级研究员沈佳旻认为，随着未来国际航班逐渐增加，海内外出行便利度愈发提高，预计今年五一假期能看到旅游市场明显的爆发点。

国内跨省游，逐步领跑假日旅游经济

相比出境游，国内游更是红红火火，全国各地多个热门旅游目的地的客流快速复苏，熙熙攘攘的人潮挤满各大景区。

东北、新疆等地的冰雪旅游，海南、云南、珠三角的避寒旅游，长三角、成渝和长江中游的城市旅游，成为春节假日旅游流向的锚定者。上海、广州、成都、重庆、武汉、郑州等大城市的都市休闲和文化参与，成为假日旅游消费愈发重要的组成部分。

文化和旅游部数据中心统计数据显示，今年春节假期，游客平均出游距离206.9公里，同比增长57.0%，恢复到正常年份的76%；目的地平均游憩半径11.2公里，同比增长34.4%，较元旦假期有明显增长，恢复到正常年份的75%。

飞猪数据显示，今年春节，境内长线游订单量同比增长超500%。交通出行的数据亦反映了这一变化：国内机票订单量同比增长超40%，火车票订单量同比增长近80%。成都、上海、广州、北京、重庆是热门目的地。

途牛发布的数据显示，春节假期，跨省游出游人次占比达68%，选择4—6天行程的出游用户人次占比为48%，更有超过两成的用户选择了7天及以上的出游行程。

同程旅行数据显示，春节期间，酒店预订热门目的地分别为西安、三亚、成都、重庆、上海、长沙、昆明、广州、南宁和深圳。

“南下北上”引爆国内长线游。”驴妈妈《2023年春节出游总结报告》显示，以三亚、厦门、珠海、北海为代表的南方海滨度假、大理、丽江、西双版纳、桂林为代表的山水、民族风情慢度假，以东北三省、河北张家口等为代表的冰雪运动，及北上广为代表的主题乐园导向的城市打卡之旅，是今年春节四大长线出游热门主题，其中云南、海南及上海、广东、广西方向的跨省出游人次尤其火爆，同比增长近300%；哈尔滨、长春、沈阳、辽阳、白山、张家口等因拥有优质冰雪资源和滑雪场备受青睐，出游人次同比增长超2倍。云南、三亚、广州、重庆、成都、哈尔滨、西安、桂林、厦门、上海则成为国内长线游十大目的地。

“数据表明，中远程市场开始领跑假日旅游经济。加上大量返乡探亲旅游者的本地休闲消费，使旅游收入增幅高出出游人数增幅约7个百分点，有力推动了春节假日旅游市场规模、消费结构、质量和效益在疫情之前常态化的全面回调。”中国旅游研究院院长戴斌分析称，从空间格局看，区域旅游呈现“南北”大于“东西”的态势。

玩法更多元，旅游者定义旅游业的时代来临

梳理各大平台的大数据，一个明显的感

受是：大疫之后，重新走出“家门”的游客更加会玩了，消费需求多元化、个性化、特色化愈发明显。

携程数据显示，春节期间，租车自驾、游艇出海成为常见模式，三亚租车、游艇相关旅游产品的预订量同比均增长超200%；跟团“团圆游”也成为新趋势，假期跟团游订单同比增长4.2倍，不与陌生人拼团、灵活高质的私家团的订单量暴增6倍；约个导游带你品味当地风俗、私享旅程的当地向导业务，订单量增长13倍。

飞猪数据显示，今年春节，“登山”相关商品的订单量同比增长超2.5倍；“古镇”相关商品订单量同比增长超4.2倍；“潜水”相关商品订单量同比增长超2.4倍，“冲浪”相关商品订单量同比增长超1.2倍；“沙漠”相关商品订单量同比增长超9倍。

奇创旅游集团文旅产业研究院负责人马磊表示，从春节文旅业态火热情况来看，消费者更青睐品质化、特色化、主题性、场景性强的产品与内容。对目的地而言，要有全域发展思维、产业命运共同体概念，任何一个景区、酒店、餐饮或业态，都有可能成为网红IP，并带动其他业态发展，要通过文化创意化、科技驱动，与年轻消费群体形成强有力的连接，变旅游资源为旅游经济。

戴斌认为，旅游者定义旅游业的时代已经来临。旅游业必须回应价值链重构和供应链变革的挑战，以增量投资和市场创新激活存量资源，加快建设现代旅游产业体系。

戴斌表示，作为异地生活方式的旅游，除了景区、度假区外，旅游的空间早已延展到公共文化场馆、历史文化街区、商业休闲中心等，旅行者观赏赏戏看展、围炉煮茶分享……在游客和市民的身份之间快速切换，全面融入目的地生活。由此，旅游目的地建设、旅游接待体系完善和旅游治理现代化，要以大众旅游的人民性为导向，着力构建主客共享美好生活新空间。

春节期间重庆网络零售额达39.6亿元 同比增长32.6%

本报讯（记者 郑三波 实习生 鲁哲之）1月28日，记者从重庆市商务委获悉，今年春节期间（1月21日—1月27日），重庆市网络零售额实现39.6亿元，同比增长32.6%。其中，实物型网络零售额实现9.2亿元，同比增长9.4%。行业整体呈现回暖复苏新气象。

“为打造多元消费场景，激发消费欲

望，我市推出了‘网上年货节’。”市商务委相关负责人介绍，今年“网上年货节”期间（2022年12月30日—2023年1月28日），全市企业、商家以及各区县协同开展特色促销活动，各电商平台开放融合加速创新，线上线下联动，打造多元消费场景，协助商家开拓直播电商、跨境电商等新业态新模式，实现了“政府搭台—商家唱戏—百姓受

惠”的活动效果。根据第三方平台监测，“网上年货节”期间，重庆网络零售额实现190.2亿元，同比增长18.2%。

值得一提的是，“网上年货节”期间还推出了线上“数商兴农”专场促销活动，农产品网销成效凸显。

据第三方平台监测，“网上年货节”期

间，重庆农产品网络零售额同比增长20.1%。其中，畜禽、茶饮、粮油网络零售额分别位于各行业前三，牛肉、干辣椒、橙子、花椒、绿茶等品类备受消费者青睐。

“点餐到家”“移动年夜饭”、预制菜则成为人们“在家吃年夜饭”的新选择。据第三方平台监测，2023年“春节”期间，重庆线上餐饮消费额同比增长30.7%。

长寿区精神卫生中心 以改革推动精神卫生事业高质量发展

近年来，长寿区精神卫生中心（下称“中心”）始终坚持“人民至上，生命至上”理念，以党建为引领，以医疗质量、医疗服务、医院管理提升为重点，蹄疾步稳推进改革创新，推动中心内涵建设和管理能力再上新台阶。

不断激活中心发展新动力，全力抓好“精神卫生”“医防融合”“综合医改”三项建设。该中心探索通过农疗、工疗、娱乐等手段，持续推进精神障碍

患者辅助性及支持性就业工作，并在全市率先组建“六部一基地”。

此外，中心在全市率先实施医防融合“两部一馆一专区”改革试点，以基本公共卫生服务和家庭医生签约服务为抓手，强化公共卫生服务职能，推进疾病预防和管理；不断深化综合医疗改革，有效推进中心康复医学、职业病防治、危化急救救治业务发展及危化应急医学中心建设。同

时，该中心不断完善现代医院管理体系，实施“文化强院”“人文关怀”“智慧医疗”三大提升。

下一步，中心将向着建设“智慧医院”、“重庆一流、西部领先”的三级精神卫生中心目标奋进，以创建高质量医疗健康服务机构助力中国长寿科学城市建设，为建设国际化绿色智能化人文中国长寿城贡献力量。

杨燕燕

2023年度重庆日报金融行业广告代理招标公告

重庆日报传媒有限公司对《重庆日报》2023年度金融行业广告代理进行招标，现将有关事项公告如下：

一、招标项目：2023年度《重庆日报》金融行业广告（行业设置、行业界定等具体内容见标书）。

二、投标人资格要求：（一）一般资格条件

1.具有独立承担民事责任的能力；2.具有良好的商业信誉和健

全的财务会计制度；3.具有履行合同所必需的设备和专业技术能力；4.参加本次采购活动前三年内，在经营活动中没有重大违法记录；5.法律、行政法规规定的其他条件。

（二）特定资格条件

投标人营业执照经营范围须包含：广告或广告相关业务。

三、报名和招标文件发售期：2023年1月29日—2023年2月2

日17:00时。五、投标文件递交截止时间：2023年2月6日北京时间10:00时。

六、投标地点：重庆市渝北区同茂大道416号（10楼会议室）。

七、联系方式：联系人：万老师 电话：023-63907714 地址：重庆市渝北区同茂大道416号

重庆日报传媒有限公司 2023年1月29日

采矿许可证注销公告

采销[2023]（铜梁）0001号 以下采矿许可证已经注销，特此公告。

序号	矿山名称	采矿许可证号	注销时间
1	重庆市铜梁区祥达建材有限公司采矿场	C5002242009057130017251	2023年1月12日

重庆市铜梁区规划和自然资源局 2023年1月29日