

# 盘点端午消费：年轻人解锁了传统民俗许多“新玩法”

艾草花束火爆“出圈”，龙舟竞渡激发文旅消费，“露营过端午”成为年轻人度假新选择……在刚刚过去的端午假期，显时尚潮流、重文化底蕴、求鲜明个性成为端午消费的重要特征。

据文化和旅游部数据中心测算，2024年端午假期，全国国内旅游出游合计1.1亿人次，同比增长6.3%；国内游客出游总花费403.5亿元，同比增长8.1%。

专家建议，进一步找准文旅产业融合的契合点，运用现代美学为传统民俗产品注入新活力，瞄准年轻消费群体打造更多“小而美”的文旅精品，让传统节日焕发新生机。

## 创意迭出，传统民俗产品火爆“出圈”

传统艾草加上菖蒲、香樟叶，搭配上铃铛、寓意福禄的干葫芦与精心设计的端午安康卡，一束时尚而别具特色的艾草花束，在这个端午节成为最火的产品之一，多次登上社交媒体平台热搜。

在重庆市解放碑商圈记者看到，艾草花束被挂在了不少商铺最显眼的位置，吸引了众多年轻人前来选购。来自四川的消费者张冰宁说，挂艾草一直是端午节的习俗，但现在的艾草花束既保留了传统寓意，又结合了潮流元素，让她和身边的朋友有耳目一新之感。

一些商铺经营者告诉记者，艾草花束“火”得非常快，最早是在抖音、小红书等平台有不少网友因新奇而分享照片，随后线下前来购买的人越来越多，有时甚至要在店门口排起长队。他们也经常认真去看网友们的留言，每天分析大家喜欢的“爆款”有什么特点，紧跟大众最新审美口味。

在湖南，作为省级非遗项目“汨罗香囊制作技艺”的代表性传承人，戴芸伊和团队成员在端午节推出的创意产品“楚辞香囊”迎来了一波销售热潮，源源不断地接到来自全国各地的订单。

“我们将相关诗句、植物纹样绣制在香囊上，并使用《楚辞》中提及的、具有芬芳香气且寓意美好的植物作为香料，以此来传递屈原文化和《楚辞》之美。”戴芸伊说。

“过去一些商家会觉得，‘网红产品’一定要特别标新立异，传统民俗节日的产品大家已司空见惯，似乎没有‘出圈’的潜质。但这次艾草花束的火爆启示我们，要在善用数字线上平台的基础上，运用现代美学为传统产品注入新活力，让‘老树’开出‘新花’。”工信部信息通信经济专家委员会委员盘和林说。

## 文化赋能，促节日消费潜力释放

今年端午假期首日恰逢“文化和自然遗产日”，各类文博场所成为不少年轻人“打卡”的首选。在重庆湖广会馆禹王宫大戏台上，重庆市话剧院的演员们身着华服，诵读着著名剧作家郭沫若创作的历史题材话剧《屈原》，台下传来阵阵掌声。

湖广会馆相关负责人告诉记者，这个假期他们在演出形式上进行了创新，准备了融合诗歌诵读与戏剧于一体的文化赏演、《醉巴渝》非遗文化演出、端午粽子拟人化NPC表演等活

动，取得了良好效果。

假期中，群众赛龙舟、吃粽子、唱山歌、赏古曲，传统文化内涵与节日消费深度融合。

广东、湖南、浙江、贵州、云南等地举办龙舟竞渡。携程数据显示，举办2024年中国汨罗江龙舟超级联赛的湖南岳阳端午节旅游订单同比上涨52%；中国·桃花潭第十一届龙舟赛带动安徽宣城假期旅游订单增长32%。

业内人士分析认为，加强文博、旅游等部门之间的沟通与协作，让传统

文化的浓厚底蕴与旅游发展进一步深度融合，将有利于促进消费回升和潜力释放。

盘和林表示，文化是旅游的灵魂所在，找准文旅产业融合的契合点非常关键。要进一步做好专业文化工作队伍建设，活化相关资源的使用效益，把端午等传统民俗节日的旅游市场进一步做大做强，为经济高质量发展注入新活力。

## 个性出游，设计更多“小而美”精品

在浙江省宁波市宁海县，“露营过端午”成为一些当地年轻人度假的新选择。端午节当天，一些游客自驾来到郊区村镇，白天和家人一起在户外包粽子、体验制作漆扇，傍晚在露营基地附近玩飞盘、品茶饮。

宁海一家露营基地负责人周耀辉告诉记者，假期他和同事开发了“民俗+生态游”的露营服务，把端午民俗与农事、艺术、运动元素相结合，全力让游客过一个相对小众但特别的“五月初五”。

不少游客越来越偏爱选择灵活、个性化的出游方式，在慢节奏旅行、深入体验、放松休闲中享受生活。

文旅部微信公众号“文旅之声”10日晚发布信息称，假期中，云南、青海、甘肃、内蒙古、贵州等地成为年轻人自驾游、避暑游的热门选择。“影视+文旅”双向赋能，电视剧《我的阿勒泰》的热播带动以新疆阿勒泰地区、伊犁州尼勒克县等为代表的自驾游目的地持续火热。

长沙新消费研究院产业研究负责

人黄偲表示，灵活化、个性化的假期出游特点，对商家和相关部门的假日旅游产品供给能力提出新要求。建议针对不同年龄段、不同需求的消费者，设计更多“小而美”的文旅精品。

“‘小而美’的精品并不意味着要去追求奢侈和昂贵，而是要进一步提升服务消费的内容品质与创新能力，做到服务精细化、个性化、特色化。相信更多消费者可以在未来获得高质量、定制化的端午旅行体验。”黄偲说。

据新华社

## 我国四川盆地深层页岩气勘探获重大突破

新华社北京6月11日电（记者戴小河）中国石化11日宣布，公司在四川盆地深层页岩气勘探获得重大突破，部署在资阳市的资阳2井完钻井深6666米，测试获125.7万立方米日产工业气流，日无阻流量306万立方米，成为四川盆地时代最古老、产量最高的页岩气井；部署在乐山市的金顶3井完钻井深5850米，测试获82.6万立方米日产工业气流。

中国石化西南石油局党委书记郭彤楼说，上述探井目标储层均为寒武

系，多井、多地获得高产页岩气，标志着四川盆地寒武系页岩气勘探取得突破，证实了深层、超深层寒武系页岩具备规模增储潜力，对推动我国页岩气勘探开发具有重要意义。

“四川盆地海相页岩气是我国天然气产量增长的重要阵地，主要有志留系龙马溪组、寒武系筇竹寺组、二叠系吴家坪组等主力海相页岩层系。目前，志留系龙马溪组提交探明储量近3万亿立方米、年产量约240亿立方米。”郭彤楼说，寒武系页岩时代老且埋藏

更深，长期未能实现商业开采。中国石化西南石油局不断探索，于2022年10月首次实现寒武系页岩气勘探突破，直至现在在资阳、乐山部署的多口钻井接连获得高产气流。

当前，我国已成为美国、加拿大之外第三个实现页岩气商业化开发的国家。中国石化分别于2017年建成我国首个百亿立方米产能的页岩气田——涪陵页岩气田、2020年建成我国首个探明储量超千亿立方米的深层页岩气田——威荣页岩气田。

## 不同“民族风”融汇在“村超”

这个端午佳节，从四面八方齐聚贵州小城榕江的游客和当地群众，不仅能观看精彩绝伦的足球赛，还能领略西藏、内蒙古、河南、贵州等不同地区的民族风情，可谓是收获满满。

下高铁后，来自广西桂林的游客胡必乐带着家人直奔“村超”足球场，在场边寻觅到座位后，他们便再未离开。“看了比赛，还能观看极具民族特色的文艺节目。”胡必乐说。

“‘村超’把不同民族，来自各个地方的人聚在一起，不同的民族文化在这里实现了交流和相融。”来自河南的洛邑古城足球队啦啦队领队徐婉婷说，这也给他们提供了一个很好的展示汉服文化的平台，“我希望能借此机会，让更多人看到洛阳，了解洛阳的汉服文化”。

河南洛邑古城足球队和内蒙古呼伦贝尔农垦芥花油足球队的比赛结束后，双方队员互赠了礼物，并合影留念。“我们送给洛阳队的礼物是太阳花，在鄂温克族神话中，这是象征温暖与光明的吉祥物。”内蒙古呼伦贝尔农垦芥花油足球队队员斯德布说，返回呼伦贝尔后，他们会将洛阳队赠回的礼物放到他们俱乐部的陈列室里，“其他人来参观的时候，就能感受到民族和文化之间的交流 and 融合”。

除了展示各自的民族文化，在榕江，各地的球员和演出人员也对浓厚的贵州当地民族文化有了切身感受。“6月8日到达榕江后，除了适应场地和排练，我们还去了西江千户苗寨和大利侗寨。”西藏日喀则市萨迦县文旅局局长索朗扎西说，在西江千户苗寨，萨迦县古城艺术团的女队员都换上苗族服饰，拍了很多照片，“她们非常开心”。

身穿民族服饰来看球的当地群众，让洛邑古城足球队主教练司马超印象深刻，也让他对当地民族文化有了一定了解。“这是我第一次来榕江，当地的民族文化太浓厚了，群众都非常热情、非常质朴。”司马超说，“村超”以足球为媒，搭建了桥梁，不同地区、不同民族的球队通过比赛，实现了交流，建立了友谊。

“‘村超’是民族融合的‘纽带’，大家在参与‘村超’的过程中，相互推荐各自的民族特色，增进了彼此了解。”贵州省榕江县居民石文昌说，能够不出榕江就欣赏到各地的民族文化，让他感到欣喜。

“西藏和贵州虽然相隔了几千公里，但文化相通。”萨迦县古城艺术团团长普布次仁说，苗族的舞蹈和藏族的舞蹈，在舞步上也有一些相似，回去之后，艺术团可以做一些借鉴。

据新华社