

新华社 叶昊鸣 王聿昊 樊曦 贾远琨 魏一骏 田建川 丁非白 胡锐 丁怡全

2月2日,距离春运大幕开启,已过一周。

这一周,游子们步履匆匆“忙”着赶回家乡,交通人奔走不停“忙”着解决出行中的难题,物流运输穿梭往来“忙”着将一件件快递运向远方……

春节的氛围浓了,团圆的时间近了,2024年春运更忙了。

## 人潮涌动,“忙”着回家

2月1日,老家在贵州六盘水的赵泽勇进入上海南站,涌入繁忙的春运大潮。

今年春运,虽然上海到贵阳加开了车次,但依然难抵游子们归乡的热情。“回家的票太抢手了,我关注了好久,很幸运抢到了。”赵泽勇说。

一张薄薄的火车票,承载的是厚重的思乡情,呈现的是繁忙的返乡潮。

交通运输部数据显示,春运首周,全社会跨区域人员流动量超13亿人次,其中铁路完成了超8000万人次的出行。

同样返乡的刘先生,今年选择搭乘飞机从杭州回到老家吉林白山。

“今年新开了直飞航班,方便不少。”看着登机口前的排队旅客,刘先生说,这趟航班也为吉林的冰雪旅游热再“添把火”。

杭州萧山国际机场服务部副总经理孙国海告诉记者,2024年春运首周,杭州萧山国际机场运送旅客超88万人次,同比增长64%;起降航班6300架次,同比增长40%。

作为今年春运的绝对主力,公路出行的数据更为亮眼。看车流,经济大省广东在一周内,全省高速公路累计车流量超5000万车次。再看人流,一周之内,全国公路人员流动量超过了12亿人次。

短途出行,主要靠打车。来自滴滴出行的数据显示,与2023年同期相比,2024年春运首周打车需求上涨70%,其中前往火车站、机场等大型交通枢纽的打车需求上涨80%,前往休闲娱乐场所的打车需求上涨超90%。

面对今年春运客运量同比有较大增长的情况,交通运输部副部长李扬表示,将加强统筹组织,及时研判客流运行情况,指导各地各部门做好应对。

## 贴心服务,“忙”而不乱

沈阳开往深圳的Z188次列车,春运以来成为东北和华南之间客流最大的车次之一。

列车上的每节车厢,都张贴了列车长张猛的电话。在相较平日2倍多客流的车厢里,张猛一遍遍巡视,帮助旅客解决问题。

“春运越来越忙,但能护送更多旅客平安回家,也是一种幸福。”张猛说。

由南到北,民航同样出现客流爆满的情况。

“今年东北冰雪旅游格外火热,对航空出行的带动十分明显。”南航深圳分公司有关负责人介绍,今年春运南航深圳首次以A350大型客机执飞哈尔滨航线,并在大连、长春等航线增加航班、更换宽体机,更好满足旅客出行需求。

春运以来,在进出杭州、西安、西双版纳等地航线,长龙航空开设了龙年主题航班。“从椅套、桌板,到客舱贴纸、餐食,处处都融入了龙的元素,让旅客感受浓浓的年味。”长龙航空乘务长程香云说。

确保在外的游子温暖、平安回家,是家乡人的心愿。

1月29日清晨,一辆载着50余名旅客的大巴,由江苏昆山发车,开往安徽宿州萧县。

春运期间,萧县人社部门开展“情暖回家路”活动,已组织11辆大巴,分赴西安、常州、昆山等地,迎接500余名外出务工人员返乡过年。

以科技温暖回家路,高德地图发布2024年“温暖回家路”服务计划,为新能源车主提供更为精细的充电时机规划,缓解“电量焦虑”,同时,与广东、江苏等地交警开展线下联合春运保障活动,确保更多人平安出行。

列车飞驰、车流穿梭、飞机起落,总有人要坚守岗位、用心服务,守护通往千家万户的团圆路。

## 物资运输,“忙”有保障

云南昆明市西郊的白塔村站内,5台叉车正在有序作业。很快,4200吨化肥装上了火车,发往全国多地。

“过去一周,我们累计运输化肥、饲料等春耕物资超1700车、共10万余吨。”国铁昆明局昆明车务段货运管理部部长杨敬介绍,云南铁路部门加强与企业沟通协调,及时掌握化肥、饲料等春耕物资的生产、销售和发运情况。

“保春耕”有序准备,保民生“最后一公里”顺利畅通。

上海青浦区菜鸟速递上海一级分拨中心负责处理菜鸟速递进出上海的所有包裹。春节前夕,这里迎来了一波包裹量的高峰。

“春运第一周,分拨流转包裹量比日常增加了近10%。”分拨中心负责人赵猛介绍,酒水牛奶礼盒等年货增幅明显,预计春节期间订单量将同比增长约20%。

春运期间,重点物资和重要能源需求持续上升。国铁太原局临汾综合段强化能源物资运输保障,一周内发送货物列车250列,装车14617车,煤炭发送量101.27万吨。

交通运输部要求强化能源、粮食等重点物资供需对接,重点跟踪北方四港煤炭运输和沿海港口LNG运输情况,切实保障重要能源运输需求。

针对近期全国大范围雨雪冰冻天气造成的重大影响,交通运输部要求全面摸排粮油肉蛋奶果蔬等重要民生物资产供销运情况,严格执行鲜活农产品运输“绿色通道”。

“全力做好防范应对各项工作,努力将恶劣天气对春运的影响降到最低,全力保障人民群众平安便捷温馨出行,确保交通物流畅通高效运行。”交通运输部部长李小鹏说。



2月1日,西安市测绘路顺丰快递站点的工作人员在整理快件。

新华社记者 刘潇 摄

## “新中式”走俏

## “国潮风”带火年货消费



1月26日,旅客在徐州东站候车大厅身着汉服拍照。

新华社记者 毛俊 摄

新华社 潘洁 毛俊 周密 杜宇

随着农历腊月二十三北方小年的到来,龙年春节的脚步越来越近。在一些消费者的“年货清单”里,今年多了一款颇有仪式感的商品——拜年服。

家住安徽的张女士告诉记者,自己刚给女儿买了一套大红色的拜年服。“‘过新年,穿新衣’。今年特意给孩子买一套当下流行的国风马面裙套装,衣服厚实保暖,孩子穿上既喜庆又可爱。”

抖音电商数据显示,1月13日至1月28日抖音商城好物年货节期间,抖音里带“#国潮”“#新中式穿搭”话题的短视频播放量超过5亿。在大量优质国风短视频和直播间内容推介下,新中式服装在抖音电商走红,销量同比增长超21倍。

“龙年汉服套装”“新中式宋锦外套”“儿童秋冬马面裙”……一款款色泽华丽、图案精致的新中式服装,既能融入日常穿搭又凸显节日氛围感,屡屡登上淘宝热搜。

在山东省菏泽市曹县大集镇,主播们正忙着向消费者介绍今年新推出的龙年拜年服。据统计,山东曹县生产的汉服占全国汉服市场四成以上份额。

“今年的拜年服上身以传统棉袄为主,在样式和设计上加入了龙凤刺绣,袖口及袖长稍作增补,更符合现代人的时尚追求,领口加以绒毛,满足保暖需求;下身是‘火出圈’的马面裙。”曹县穿越大唐汉服云仓销售经理黄晓燕说。

融合传统与现代元素的“新中式”穿搭持续走俏,“新中式”风格也逐步走进摄影、美妆等人们生活的方方面面,掀起一波国潮“闹”新春。

“00后”大学生小王告诉记者,为了迎新年,最近她特意拍了一组新中式风格写真。“穿着马面裙套装,配着古建筑的红墙黄瓦,既典雅又大方,正好可以作为我的春节拜年照。”

小王说,身边不少同学对妆容的追求也在走向“新中式”。“我们不喜欢欧美浓妆的沉闷感,更喜欢有几分‘清冷感’和‘骨相美’的‘新中式’妆容。它更加注重对细节的精致打磨,更贴近亚洲人的五官特点,展现了中国女性端庄温婉且充满内涵的美。”

“新中式写真”“新中式美甲”“新中式餐厅”……美团、大众点评数据显示,1月以来,平台上“新中式”关键词的搜索量同比增幅超过十倍,20岁至35岁的年轻人是搜索主力军,女性用户占比近7成。

走进北京一家新中式茶馆,一位身着红色旗袍的姑娘正拿着糖葫芦,对着镜头摆造型。“我是因为计划拍照才和朋友从大老远赶过来的。店里的装饰和氛围都很好,古色古香、超级出片,拍完照还可以和朋友一起‘围炉煮茶’,十分惬意。”

氛围感拉满的新中式茶馆“圈粉”年轻人,主打健康养生的新中式餐饮也受到不少消费者喜爱。

美团外卖相关负责人告诉记者,近年来,在茶饮、烘焙、快餐等领域,涌现出不少新中式品牌及产品,有的将自己定义为“书房里的养生面”,有的主打“中国汉堡”,还有一些商家甚至直接将店名及菜品命名为“新中式轻食”“新中式炒菜”“新中式健康餐”等。

“‘新中式’持续走俏的背后,是传统文化元素通过新设计、新表达不断融入现代生活方式,人文与经济交融共生、相得益彰。”中央财经大学文化经济研究院院长魏鹏举说,随着消费者对传统文化认同感和自豪感持续增强,传统文化将不断赋能消费新业态、激活消费新动能。