

# 透视“反向春运”热潮

新华社 何磊静

春运大幕拉开,返乡人群浩浩荡荡涌入车站。年过六旬的王春喜和老伴却在“逆行”:经过近21个小时的车程,他们从老家吉林长春抵达江苏苏州,拎着装满红肠、木耳等年货的大包小包,准备在女儿工作的城市过个别样春节……

从“有钱没钱回家过年”到“我来到你的城市”,“反向春运”正在90亿人次的跨区域流动中掀起新风貌。



1月14日,列车工作人员在装饰车厢。新华社 王旺旺 摄

## “正向反向,都是团圆”

“女儿最近工作很忙,我呢刚退休,就决定跑来苏州过年了。”王春喜说,这是他们第一次体验“反向春运”,一路并不拥挤,来了还能让女儿带着逛逛园林、古镇。“不管正向反向,只要我们在一起,哪儿都是团圆。”

“去年我父母来海南过年了,海南白切鸡加上老家的腊肉、香肠是我们的年味。”“我爸妈打算把叔叔伯伯们叫上,今年过年一起来云南旅居。”社交平台上,不少网友分享长辈“反向春运”经历。

有通信运营商数据分析指出,2024年春运,60周岁及以上人群出行量同比增长近30%,更多老人选择前往子女工作地团聚,他们来自四川、河北、湖北、湖南等省份,目的地则多是北京、上海、广州、深圳、杭州等大城市。

国铁集团相关负责人介绍,今年春运整体客流稳中有增,反向客流量将进一步上升。

“反向春运”兴起,得益于老人“走得动”、更易走。以往年轻人过年回乡,不仅因为故乡情结,也因为许多老人行动不便、经济条件有限。如今,随着医疗条件改善、城乡发展差距缩小,农村与中小城市老人的生活水平已显著提升。

从贵州到南京探亲的沈大爷感慨,密集的高铁网络和航空线路让千山万水被轻松跨越;点点手指就能购票,也让他们更有勇气来城市“陪伴孩子”。

综合成本更低,是另一大动因。许多上班族返乡时间成本较高,而“反向春运”线路往往票源丰富、票价较低。同程旅行发布的《2025春运旅行趋势报告》指出,不少消费者利用春运期间“潮汐”客流特征反向旅行过节,最高可节省50%至70%的机票费用。

阖家团圆,也是城市“微度假”。“我已计划好,年夜饭就去网红火锅店吃,还做了一堆旅游攻略。”在南京工作的设计师林佳,打算把湖南老家的父母和奶奶接来过年,“以前春节回去,窝在家很无聊,不如让家人来城市里一块玩玩。”

不少城市在春节期间推出新兴文旅项目吸引访客。广州花城广场的春节灯会成为全国闻名的年味地标;在成都,宽窄巷子结合大熊猫基地的“新春文化游”吸引大批家庭出游……“反向春运”逐渐变成“微度假”出游。

## 新共识孕育新机遇

春节是家庭团聚的节日,子女返乡探亲是由来已久的传统习俗。但也有不少人认为,年轻一代在城市工作、生活压力大,“与其身心俱疲地返乡,不如请父母来团聚,人就在有家。”

多位社会学领域专家表示,“反向春运”并不意味着解构中华传统文化,而是传统不断演变发展的体现;“反向”团聚并未改变孝敬、亲情等美好情愫。

这一现象背后,也意味着父母、子女对如何过年渐渐形成了新的共识。

南京大学城市科学研究院执行院长胡小武说,一些青年回乡过年时有“陌生感”“形式感”“孤独感”,匆匆待两天就离开;父母到城市能获得更长团聚时间,也能感受城市文化与氛围,一种家庭生活新共识逐渐默契形成。

有专家认为,随着城镇化不断推进,“乡下人”与“城里人”界限愈发模糊,“反向春运”有助于城乡文化更好融合。“父母来到城市,能直观感受我们的生活环境,也会为孩子的奋斗感到自豪,互相增进理解。”在江苏无锡工作的“00后”张凡说。

客观上,“反向春运”能减少运输压力、增加上座率,有助于均衡配置运力,实现效益增长。

有市民发现,今年春运期间不少列车车票出现“白菜价”,如1月22日九江至深圳东最低票价仅需31.5元,菏泽到北京最低只要15元。铁路部门工作人员称,春运期间部分大城市单向客流多,去程人满为患,但返程运力易闲置,因而会有优惠。

文旅消费也迎来新契机。从年夜饭预订到城市周边游,一家三代构成的家庭旅客群体,成为各大文

旅平台吸引的对象。有旅游平台预测,家庭结伴出行将成为今年春节期间的主流,亲子家庭的占比将增至49%,订单量同比增长75%。

## 呼唤城市温情“双向奔赴”

然而,“反向春运”也难免让人心生隐忧:年迈父母适应能力有限,在城市是否会面临沟通障碍与“数字鸿沟”?老人又能否有更好的过年体验?

不少受访对象表示,父母进城,不仅需要子女张开怀抱,更呼唤城市以包容与温情实现“双向奔赴”。

交通运输部门可以为“反向春运”人群提供更细致的解疑答惑、交通指引、人工检票等适老化服务。城市要相应增加对老幼群体的服务投入,如地铁、车站增加志愿者协助提行李、购票;景区增设无障碍通道;消费场景中推出老年支付专用通道等;通过种种细节,让老人感受城市温度。

胡小武认为,春节期间,大城市可打造丰富多元、更具包容性的文化活动。如在商场增设传统市集展区,让老人和年轻人共同感受“年味”;推出适合全家参与的城市徒步活动;利用线上直播技术,将年俗活动推广至更多家庭,让城市过年成为家庭的共同记忆。

有文旅专家指出,城市在为“反向春运”人群提供同等市民待遇及周到公共服务之外,也应加强市场监管,合理控制商品和服务价格,避免节日期间价格过度上涨“寒”了人心。

此外,部分文旅景点不妨在春节期间对新市民及其家属免费或优惠开放,社区也可多组织开展丰富的联欢活动,让老人等群体更有归属感和认同感。一些地方也可主动打造“反向春运友好型城市”形象,进一步提升城市吸引力。

“家人闲坐,灯火可亲”。虽然春运方向在变,团圆形式在变,但“反向春运”热潮下,代际之间温情互融,城乡文化彼此渗透,春节作为“团圆节”传递的情感共识始终如一:一家人在一起,就是年。

《中国质量报》  
秦海峰 谢旺

春节临近,又到了白酒销售旺季。近日,有消费者和部分知名白酒企业投诉反映,多家网络短视频平台和二手交易平台出现大量开盖酒、光瓶分拆酒的销售视频。“52度500ml的国窖1573,官方旗舰店售价999元,开盖价470元一瓶;53度500ml的青花郎,官方旗舰店售价1119元,光瓶价540元一瓶……”诸如此类的销售视频,随意检索就有上千条信息。

据业内人士介绍,开盖酒是指销售前被提前破坏原包装并打开瓶盖的白酒产品,通常是购买者破坏原厂瓶装白酒瓶盖的防伪溯源二维码,扫码抽奖后再将瓶盖盖上,以开盖酒的名义销售,或是开盖后用自购瓶盖盖上,以开盖酒或换盖酒的名义销售的白酒产品。光瓶酒则是指将盒装白酒的外包装拆掉,以光瓶的形式销售,又叫光瓶拆分酒。兜售开盖酒或光瓶酒的商家会宣称酒是原装真酒,并以低价为诱饵,直播开盖、刮码为噱头,吸引消费者下单购买。调查发现,开盖酒等产品目前主要通过网络视频平台兜售,品牌以泸州老窖、郎酒、剑南春、舍得、习酒、古井贡、汾酒等扫码中奖率较高的产品为主。

专家指出,开盖酒、光瓶拆分酒存在极大的安全风险,一是质量无法保障,白酒一旦开盖或拆掉外包装,将导致产品质量无法溯源,生产信息和标识标注信息也无法确认。个别不良商家为了获取高额利润,假借开盖酒名义以次充好,以假充真,真假难辨,侵犯消费者知情权和公平交易权。二是存在极大的食品安全隐患。开盖酒兜售视频现场杂乱,瓶装白酒产品瓶盖被打开,酒体便失去了原有的密封保护,容易受到空气、灰尘、微生物等污染源的侵袭,可能导致酒液变质,产生有害物质,极易导致食品安全风险,威胁消费者的人身安全。

为此,四川省保护消费者权益委员会、重庆市消费者权益保护委员会、河南省消费者协会、山西省消费者协会联合发布如下消费提醒。

消费者应选择正规渠道购买白酒,警惕超低价开盖酒、光瓶酒等品牌白酒。购买白酒尽量到大型商场、知名连锁超市、酒类专卖店或有合法资质的网络商家购买。面对视频中兜售的超低价开盖酒、光瓶酒等产品要保持理性,不要盲目追求低价划算,更不能轻信商家所谓原装、真品等说辞。

网络平台应加强白酒销售账号及销售行为管理,建立动态监测机制。网络销售平台不是法外之地,建议相关部门加强对网络平台开盖酒、光瓶酒广告宣传、直播行为的监管。电子商务平台应按照电子商务法、消费者权益保护法的规定,履行对平台内白酒经营者资质的审核义务,充分保障消费者的知情权和安全权。

白酒厂家应加强经销商管理,优化促销政策,经销商要诚信经营。白酒生产经营者应认真落实食品安全主体责任,不断从技术、营销上探索创新,通过技术创新解决问题,堵塞漏洞。销售商家只有遵守相关法律法规,坚守道德底线,诚信经营,才能赢得消费者的信任和支持。

开盖酒、光瓶酒等销售行为涉嫌违反食品安全法、商标法、反不正当竞争法、消费者权益保护法等法律法规,侵害了消费者和品牌白酒企业的合法权益,破坏市场秩序,助长了假冒伪劣产品的泛滥,存在严重的市场安全隐患。消费警示建议相关监管部门加强市场监管,查处违法行为,保障节日市场消费安全。

多地消保委发布消费警示  
购买开盖酒、光瓶酒有风险