

勉县：土特产搭“电商快车”卖全国

本报讯（通讯员 陈林）2月16日，在勉县漆树坝消费帮扶特产馆里，汉中胜利农业产业开发有限公司总经理唐亚萍和几名工人正在打包腊肉，一旁的邮政工作人员则将一箱箱腊肉搬上车，准备发往全国各地。

“年前订单比较多，像腊猪蹄、腊排骨几个单品都已经卖空了，这几天我们加紧发货，力争让顾客在团圆饭桌上吃到美味的地方特产。”唐亚萍告诉笔者，最近，公司日均订单在300到400单，有时直播效果好的话，一天能达到2000单以上。

为何漆树坝腊肉受到消费者青睐？唐亚萍将其归结于对腊肉品质的严格把控和“吃上”电子商务发展的红利。

“2010年，我建立了腊肉加工厂，起初一两年都是在线下找销售渠道。那时流行网上购物，自己学的又是设计，就萌生了开网店的想法。”唐亚萍说，自2012年走上了电商之路后，公司产品销量稳步提升。2017年，勉县成立了电子商务发展服务中心，在直播展销场地、

品牌宣传、直播培训、网红资源、农特产品追溯体系建设等方面给予企业大力支持。当年，公司电商销售额就达800余万元。

尝到电商发展带来的“甜头”后，唐亚萍便不断拓宽网络销售渠道，先后在淘宝、抖音等多个平台开设线上店铺，通过视频推广、直播带货、分发带货等形式，宣传推介勉县农特产品。2022年，漆树坝“手撕腊肉”“腊肉下饭菜”“腊排骨”入选“恰逢好时光”央视网·度小满助农公益直播活动，品牌知名度持续攀升。

在勉县，不仅是唐亚萍，踏上电商产业发展“快车道”的还有陕西荣谷源食品科技有限公司（以下简称“荣谷源”）总经理毛应西。

荣谷源位于勉县周山镇黄沙社区，是一家致力于弘扬发展地方传统小吃企业，其生产的开袋即食凉皮，远销全国各地。

毛应西介绍，公司成立之前，他主要从事电商销售工作，因产品质量参差不齐，难以把控，就从销售经营向生产加工转型，2020年投资建起了十万级无菌清洁化自动

生产车间，年生产凉皮500万袋，产值3000余万元。

“2021年我们开始做直播带货，在县电子商务发展服务中心的牵线搭桥下，与国内多家供应链企业以及‘疯狂小杨哥’‘木森’‘小贝饿了’等头部主播建立了合作关系。2022年‘双十二’期间，在‘疯狂小杨哥’直播间，带货公司产品4万多单，单场直播销售额达125万元。”毛应西说，借助电商平台超强的覆盖范围和灵活高效的销售模式，公司业务迅猛发展，年电商销售额达1600余万元，线上销售额占公司全部销售额的95%以上。

“胜利农业和荣谷源是我县电商行业的典型企业代表。前者走上了实体经济向数字化转型升级的路子，后者则是依托电商发展成了全产业链企业。”勉县电子商务发展服务中心主任李元说，在推进

电子商务发展进程中，勉县一手狠抓电商配套基础设施建设，一手培育壮大电商企业，通过培育发展直播经济、完善电商生态等，推动电商高质量发展。

据了解，勉县先后建成了18个镇级农特产品体验中心以及集“O2O”展厅、企业孵化区、培训室、摄影室、直播室等功能区于一体的县级电子商务公共服务中心。近3年，累计孵化服务企业230余次，开展电商培训近万人，举办“勉县网上年货节”“勉县春茶采摘节”“寻味勉县·电商直播系列活动”等主题电商直播活动700余次。据统计，2023年全县实现电子商务网络交易额达48.25亿元，同比增长41.91%；网络零售额达8.01亿元，同比增长11.7%；农产品网络零售额达3.47亿元，同比增长47.6%。

奋进新征程 建功新时代
把蓝图干成现实

全市本轮雨雪降温天气防御工作视频调度会召开

本报讯（记者 崔慧芬）2月18日，全市本轮雨雪降温天气防御工作视频调度会召开。市委常委、常务副市长、组织部部长王利主持并讲话。

会议要求，要时刻保持高度警惕，抓牢抓实安全生产各项工作，确保人民群众生命财产安全。要全力做好防范应对，持续加大宣传力度，精准推送安全提示信息，全方位、全链条采取针对性措施，坚决遏制各类事故发生。要切实做好应急准备，进一步健全应急组织机构和救援队伍，落实好应急物资器

材、装备和防护设施，完善各专项应急预案，确保一旦发生险情第一时间稳妥处置。要严格执行领导干部带班、关键岗位24小时值班和事故信息报告制度，确保出现紧急情况时及时响应、及时报告、及时处置。要进一步健全完善应急响应措施落实情况督导检查和问责机制，确保各项措施落实到位。

会上，市气象局通报了本轮雨雪降温天气情况，市安委办对低温雨雪冰冻天气防御工作作了安排，各县区分别作了发言。

接待游客120余万人次 实现旅游收入逾9亿元 汉台春节假期吃住玩购都火爆

本报讯（通讯员 杜欣洋）春节小长假期间，汉台区精心举办以“汉风年·老家过”为主题的系列文旅活动，积极开展“乐购汉天行·幸福团圆年”促消费系列活动，吸引大量省内外游客前来观赏汉风景、感受汉文化、品尝汉美食、购买汉特产。截至2月17日，全区共接待游客120余万人次，实现旅游收入9.66亿元。

石门栈道、兴汉胜境等景区车水马龙、人头攒动，拜将坛、古汉台的端公戏、汉服巡游、非遗展演轮番亮相，兴汉胜境景区的舞龙舞狮、川剧变脸等民俗表演精彩不断。春节期间，全区4家A级景区共接待游客29.8万人次。

来汉游客、返乡市民络绎不绝，带动中心城区各酒店民宿生意持续火爆。春节期间，中心城区餐饮住宿企业抢抓春节黄金期，持续优化服务、创新菜品，纷纷推出精品年夜饭、“年夜饭送到家”等推广促销活动，游艺娱乐

场所、各大商超及综合体内的特色、品牌餐饮也普遍出现排队等现象，餐饮业格外热闹。

春节临近结束，游客、市民竞相购买土特产。“这不马上就要回去上班了，就想着多带一点咱们本地的特色产品，特别是面皮，咱们好给同事们分享。”市民尹先生表示。春节期间，中心城区各农贸市场、百货超市商品丰富、价格平稳，茶叶、西洋参、木耳等汉中土特产和腊肉、香肠等特色美食备受游客、市民青睐。

据了解，为确保春节期间旅游市场平稳有序，汉台区紧盯“吃、住、行、游、购、娱、环境”7大领域，全天候多维度开展检查整治，及时受理游客市民咨询投诉，积极引导市场主体规范经营行为，让大游客和市民群众玩得开心、吃得放心、买得舒心，奋力实现春节小长假游客人次和旅游收入“双增长”。

搭乘免费“点对点”专车启程 勉县欢送首批22名务工人员赴山东

本报讯（通讯员 张鸿雁 唐凯）新春伊始，就业当先。2月17日，农历正月初八，勉县2024年赴山东务工人员欢送仪式在县人力资源市场举行，来自全县各镇的22名务工人员搭乘免费“点对点”专车，奔赴山东省青岛市，开启新一年的外出务工征程。

今年以来，勉县人社局按照强化民生保障、服务发展大局的工作理念，以开年即开战、开战即冲刺的担当精神和奋进状态全面强化稳就业工作，把积极推动转移就业大力发展劳务输出作为民生工程一项重要内容来抓，实施更加积极的就业政策，及早动手，深入摸排，周密安排，有序组织，抢抓外出务工人员节前返乡有利时机，在春节前就对全县劳务输出和节后返岗工作进行谋划部署。同时，在春节期

间及时靶向发送各类用工招聘信息3期，全力为节后务工人员提供务工岗位信息和保障，全力促进劳动者端稳就业“增收饭碗”，助推全县就业工作实现一季度“开门红”。

据悉，在刚刚过去的一年，勉县以奋进之姿打好稳岗就业主动仗，创新载体建好服务平台。夯实基础打造四级服务体系，完善服务增岗扩容稳就业，营造氛围鼓励创新创业，技能培训提升就业质量，千方百计促进重点群体就业，全力开展“春风行动”就业援助月、“兴业在汉中·乐业在家乡”百日行动等活动，依托“智慧就业超市”定期举办线上线下招聘会，全县农村劳动力转移就业人数达10.97万人，城镇登记失业率控制在3.7%以内，有效稳住了就业基本盘。



2月18日（正月初九），西乡县举办2024年味西乡花车巡游，全县各具特色的17个镇办将精心打造的花车集中在县城巡游和展览，营造了浓厚节日氛围。

多地景区门票售罄，庙会大集人潮涌动，热门餐厅排起长龙，电影票房刷新纪录……刚刚结束的春节长假，国内旅游出游4.74亿人次，总花费6326.87亿元，春节档票房突破80亿元。鲜活滚烫的数字背后，是热闹红火的消费场景，是“欢欢喜喜过大年”的幸福图景，也折射出中国经济的活力。

累计近23亿人次出行

2024年综合运输春运工作专班的数据显示，今年春节假期（2月10日至17日），全社会跨区域人员流动量累计22.93亿人次。

具体来看，铁路客运量9946万人次；公路人员流动量21.66亿人次；高速公路及普通国道省非经营性小客车人员出行量19.80亿人次；公路营业性客运量1.86亿人次；水路客运量941万人次；民航客运量1799万人次。

在河南，定制客运解决了人们出行“最后一公里”的难题。为满足春运出行个性化需求，河南省交通运输服务部门鼓励客运企业在现有开行班线基础上，开展定制客运服务，加大运力投入，实现“门对门”“点对点”一站式服务。目前，豫州行定制客运已覆盖河南全省，累计开通定制客运线路230条，定制车辆将近1700台。

不少人选择春节自驾，各地强化服务保障。吉林省交通运输服务部门在京哈高速公路主线德惠、陶赖昭等服务区临时增配移动充电车

出游热 消费旺 年味浓

——2024年春节假期盘点

新华社“新华视点”记者

辆，为服务区附近的新能源汽车进行应急充电。“车给车充电我是第一次用，操作挺方便的，再也不怕没开到服务区就电量低了，心里踏实不少。”车主李先生说。

针对春节期间的出行高峰，各地各部门统筹做好雨雪冰冻、大雾等恶劣天气应对准备，通过加大重点时段、热门航线运力储备和供给，加开车次等服务保障好出行需求，同时加强出行信息引导。

旅游成为“新年俗”，多个景区“人从众”

经文化和旅游部数据中心测算，春节假期8天全国国内旅游出游4.74亿人次，同比增长34.3%，按可比口径较2019年同期增长19.0%；国内游客出游总花费6326.87亿元，同比增长47.3%，按可比口径较2019年同期增长7.7%；出境旅游约683万人次，其中出境游约360万人次，入境游约323万人次。

文化和旅游部相关负责人表示，2024年春节假期，受政策、供给、宣传等多种利好因素影响，城乡居民出游意愿高涨，出游人次和出游总花费等多项指标创历史新高，文化和旅游市场安全繁荣有序。

——国内游“南北互动”。在哈尔滨、长春、沈阳等地感受冰雪，去三亚、海口、广州等地温暖避寒。相关平台数据显示，春节假期，跨省游订单占比57%，同比增长115%。“冰雪游”“避寒游”最为火爆；“古都游”也备受青睐，预订量同比增长115%。

“我专门换上汉服来看秦淮灯会，莲花灯、生肖灯笼都好震撼。”河南游客小陈大年初二和爸妈来到南京，开启古都“穿越”之旅。

——定制需求增多。今年春节假期，高品质文旅产品需求更旺盛，自由、个性化的定制游显著增长。携程数据显示，定制游订单同比增长5倍，西安、丽江、阆中等地区的年味主题定制线路今年春节订单同比增长超10倍。

此外，入出境旅游复苏加快。飞猪数据显示，出境游热门目的地正由“4小时飞行圈”向“12小时飞行圈”拓展，过半热门海外目的地订单超过2019年同期。

“今年春节旅游市场消费规模呈现旺盛活力，各地旅游需求延续强劲增长势头。”北京第二外国语

学院首都文化和旅游发展研究院执行院长厉新建认为，多样旅游产品叠加传统节日体验，打造出“开开心心旅游去，欢欢喜喜过大年”的浓厚氛围。

线上线下火热，消费潜力进一步激活

“忙得脚不沾地。”成都吼堂老火锅的一位店长感慨。春节假期，她所在的门店平均每天翻台九到十轮以上，美团平台上排队等位上千桌。

连日来，各地餐饮门店“热气腾腾”，餐厅门前排起长龙，不断刷新叫号提示。美团、大众点评数据显示，春节假期前5天，全国多人堂食套餐订单量较去年增长161%。

据商务部商务大数据监测，春节期间，全国重点零售和餐饮企业销售额同比增长8.5%，绿色有机食品、金银珠宝销售额同比增长20%左右；重点监测大型连锁超市即时零售销售额同比增长近10%，重点监测餐饮企业销售额同比增长17%。

重庆新世纪百货推出集平台补贴、商家折扣等多重优惠为一体的

“潮聚中国年”主题促销活动；在安徽，老凤祥银楼上百家门店春节期间在美团直播间派送优惠券福利；KTV里吃火锅、足疗店里看电影、游戏厅里抓娃娃，传统年味与多元业态结合，夜游、夜展、夜食、夜购、夜演等夜间消费业态不断升温。

“新潮”是消费关键词——马面裙、新中式等服饰成为爆款，车厘子、帝王蟹等更多进口“洋味道”出现在年夜饭中，洗碗机等智能产品销售快速增长。春节叠加情人节，京东数据显示，近期鲜花包裹寄递量较此前上涨3倍。

国务院发展研究中心市场经济研究所研究员陈丽芬认为，各地促消费重点聚焦具有消费增长潜力的传统大宗消费和新型消费领域，同时依托本地特色优势，打造多元化消费场景、多层次消费体验。

“文化大餐”精彩纷呈

春节档电影票房突破80亿元，各大博物馆一票难求，非遗民俗表演现场人头攒动……主题多样、精彩纷呈的文化活动，丰富了年味浓郁的春节假期。

根据国家电影局初步统计，

新华社北京2月18日电 记者 宋佳 叶昊鸣 徐壮 谢希瑶 王鹏 崔翰超

