

盘点端午消费 年轻人解锁了传统民俗许多“新玩法”

新华社记者顾小立 李晓婷 张 格

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

首届鲁班文创设计大赛 优秀作品展 在山东滕州举行

这是6月11日在首届鲁班文创设计大赛优秀作品展上拍摄的文创设计作品。

6月10日，首届鲁班文创设计大赛优秀作品展在山东省滕州市开幕。比赛以“传承鲁班文化、弘扬中国智慧”为主题，于4月2日启动，两个月时间共收到20多个国家和地区的参赛作品2200余件。

新华社记者徐速绘摄

花束“火”得非常快，最早是在抖音、小红书等平台上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、赏古典，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，傍晚在露营地附近玩飞盘、品茶饮。

宁海一家露营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化、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日晚发布消息称，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德表示，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。”黄德说。

(新华社北京6月11日电)

夜校为什么多年之后重新变热？

“新华视点”记者陈席元 熊翔鹤 杜子璇

夜校，这个具有年代感的名词正回归公众视野。

近来，全国多地夜校火热开启。“开课即满”“一座难求”，上夜校成为不少都市青年下班后的新选项，也成为教育市场的新风口。

面向职场人的兴趣班

近来，“90后”庄安愚在手机导航软件上，将“苏州大学北校区工科楼”设置为下班后的新目的地。他报了苏州大学夜校的ChatGPT课程。“我不在乎夜校的结业证书有没有用。能学到知识，肯定比在家刷短视频强。”

“我想给8小时外的自己另一种可能。”古典舞学员袁静是一名“二娃宝妈”，虽然工作和生活的压力很大，她还是尽力争取“属于自己的时间”。白天上班、晚上“学艺”，已成为一些都市青年的新时尚。

去年8月，江苏省常州市工人文化宫焕新开放，睽违20多年，“职工夜校”再度走进职工市民的生活，12个大类、65个班的名额被1191名学员“秒抢”。

今年3月，上海市市民艺术夜校春季班放出680门课程，500元12节课，吸引73万人线上抢课，“中医石氏伤科”5秒钟抢完。截至5月，武汉青年夜校已累计开设各类课程228节次，覆盖学员8000余人次。

夜校并非新鲜事物，在我国已有逾百年历史。《北京大学月刊》就有记载，1920年1月18日，该校学生会平民夜校开学，蔡元培专门发表演说。

从建党初期创办工人夜校，提高工人文化程度、唤醒工农革命意识，到新中国成立后大力扫盲、教授生产技术，再到改革开放后鼓励提升学历……在各个历史时期，夜校发挥着不同的教育作用。

江苏青年发展研究基地首席专家陈蕴哲认为，与上世纪的夜校主要满足学历教育需求不同，当下夜校主要提供非学历教育服务。此外，课程不仅限于传统的教育培训，还涵盖艺术、文化等多方面内容。换言之，如今的夜校更像是“成人版的少年宫”“青年人的老年大学”，是面向职场人的兴趣班。

夜校的举办主体大致可分为三类。一是文化馆、共青团、工会、妇联等公共机构，提供低价甚至免费的公益性夜校课程。二是高校继续教育学院、职业院校，它们长期面向社会开展非学历教育；以江苏为例，169所普通高校中有137所举办高等继续教育，非学历教育年度规模400余万人。三是民办社会培训机构，课程以付费为主，有的初期提供免费或低价体验课，或与公共机构合作提供廉价课程。

风潮何以席卷多地？

课程时尚多元、兼具社交属性，是不少夜校吸引年轻人的地方。

探戈舞、街头摄影、手冲咖啡、涂鸦心理学、非遗工艺手作、古琴、识别收集矿石……随着年轻人不断“解锁”有趣的课程，这些“下班后的小确幸”“回血”型夜生活，让夜校成为打工人的“去班味儿”的绝佳选择。

天津美术学院2021届毕业生石远宇去年底和同学创办了南京“叁野灯”夜校。在他看来，轻松、“反内卷”的学习氛围，是夜校走红的重要原因。

“夜校招生消息发出当天，我就收到了近百个好友申请。”石远宇告诉记者，毕业后，他在少儿美术班、高考艺考班、老年大学都工作过，“夜校不仅价格相对便宜，而且学员来自各行各业，彼此不存在竞争关系，大家出于兴趣爱好聚在一起，也可以拓展职场之外的朋友圈。”

积极学习提振了很多年轻人的



“千年瓷都”重振辉煌

这是6月5日在江西景德镇一个创意瓷作坊内拍摄的镂空技艺陶瓷作品。2000多年冶陶史，1000多年官窑史，600多年御窑史……传统陶瓷文化的积淀，铸就了“千年瓷都”景德镇独特的魅力与艺术气息。

如今，传统陶瓷制作工艺与现代设计创意在这座城市不断碰撞，带动陶瓷产品创新。各种创新型产品赢得年轻消费者青睐，“千年瓷都”迸发出新的活力。

新华社记者刘天宇摄

从“沙进人退”到“沙里掘金”

——我国沙漠治理带动产业发展观察

新华社记者

党的十八大以来，我国防沙治沙取得了显著成效，53%的可治理沙化土地得到治理。随着我国荒漠化土地和沙化土地面积“双减少”，在不少区域“沙进人退”的局面得到历史性转变，“沙里掘金”成为治沙者的新实践。一片片得到治理的沙地，正在变为产业聚集的“聚宝盆”。

化“沙之害”为“沙之乐”

宁夏回族自治区中卫市沙坡头景区地处中国四大沙漠之一——腾格里沙漠东南缘。半个多世纪以来，一代代治沙人在这里固沙植绿，累计治理沙漠150万亩。

当黄沙不再成为威胁，对“用沙”的探索让这座沙漠小城的文旅产业再冉升起。初夏时节，沙坡头景区进入旅游旺季，景区内游人如织。

远远望去，越野车在连绵起伏的沙丘之间陡然攀升又疾驰而下，“沙漠冲浪”的失重感引发阵阵尖叫；载着游客的骆驼蜿蜒成行，伴着声声驼铃在大漠之中悠然前行；手抓滑沙板，游客从百米沙坡之巅俯冲而下……2007年，沙坡头景区成功入选首批国家5A级旅游景区，2015年景区游客人数首次突破100

万人次。随着防沙固沙科学体系的建立，沙漠旅游也更有底气突破沙漠边缘，逐渐向沙漠腹地探索，为发展沙产业增加附加值。中卫市以沉浸式体验游为特色，建成黄河宿集、沙漠传奇等一批高端休闲度假产品。

位于腾格里沙漠腹地的沙漠星星酒店挖掘沙漠和星空资源，为游客提供观星指导、沙疗等体验式服务，让游客深度感受沙漠带来的乐趣。

“没有治沙，就没有沙坡头景区。”扎根腾格里沙漠30多年的治沙人唐希明感慨道。2023年，中卫市共接待游客超1500万人次，旅游总收入超88亿元。

沙漠中种出绿色“聚宝盆”

内蒙古自治区兴安盟科尔沁右翼中旗额木庭高勒苏木布拉格台嘎查位于科尔沁沙地边缘。布拉格台在蒙古语中意为“有泉眼的地方”，然而十多年前，这里沙漠肆虐，风沙掩埋了泉水，蚕食了耕地和公路。

风沙刮起来昏天暗地，连种下的树苗都吹走了。在一次次种树失败后，布拉格台嘎查党支部书记、村委会主任陈国发发现，荒山上的山杏树挺过了一次次风沙。

固沙保土、涵养水源的优良乡土树种，而且春可赏花、夏可摘果，还有经济价值。”2012年，陈国发带领村民们在1000多亩荒山上种下了6万余棵山杏树，成为布拉格台嘎查的第一片“希望林”。

在当地林业部门的支持下，布拉格台嘎查开展了林果基地种植项目，基地总建设面积3500亩，栽种了龙丰果、鸡心果等17个品种的果树。2023年，布拉格台嘎查又在林果基地种植2000亩黄芪和苍术，通过林药间作丰富了林下经济业态。

“预计到今年盛果期，林果基地大约能产300吨水果，年收入可达120万元。”说起一年年壮大的绿色产业，陈国发乐得合不拢嘴。

2023年，内蒙古自治区林沙草产业总产值超850亿元，沙漠绿洲化身为沙区群众的绿色“聚宝盆”。

毛乌素里长出“试验田”

“我们不能光单纯治沙，还要想办法把沙子用起来，让沙区的群众富起来。”在我国四大沙漠之一的毛乌素沙地，陕西省神木市生态保护建设协会会长张应龙说。作为全国防沙治沙标兵，这些年来他和团队一直在毛乌素进行着各种试验，“我们想找到最符合毛乌素的沙地产业”。

陕西省神木市生态保护建设协

会的治沙造林基地位于毛乌素沙地东南缘，这里四周被郁郁葱葱的树林拱卫着。但61岁的张应龙清晰地记着在这里治理前的景象——沙丘连着沙丘，起伏延伸到天尽头。

21年间，治沙造林基地累计治理沙地面积达42.8万亩，治理区林草覆盖度从3%提高到65%。2005年开始，基地与多家科研单位与高校合作，围绕毛乌素沙地综合治理、沙生植物开发利用等课题开展了一系列科学研究。

记者随着张应龙来到一片樟子松林。“看这赤松品质多好，长得多粗壮。”张应龙随手扒开一棵樟子松下落的松针和木屑，一簇簇赤松茸就呈现眼前。

张应龙说，为了在毛乌素沙地人工种植赤松茸，基地的科研团队花费多年，经过组织培养、菌种驯化后，才将赤松茸从实验室带进樟子松林进行试种。他们不仅种樟子松、长柄扁桃，还在沙丘背风坡尝试种植树莓、蓝莓、黑莓、酿酒葡萄等，希望培育出适合在这里生长的品种，在撬动沙区生态经济的同时，建起毛乌素沙地植物基因库。

“我们需要学会以治沙拉动产业发展，靠产业推动治沙事业。这样的良性循环才是真正可持续的治沙之路。”张应龙说。

(记者姜辰蓉 魏婧宇 马丽娟 付瑞霞) (新华社西安6月11日电)