

2025年国内居民出游人次达65.22亿

根据国内居民出游抽样调查统计结果，2025年，国内居民出游人次达65.22亿，比上年同期增加9.07亿，同比增长16.2%。其中，城镇居民国内出游人次49.96亿，同比增长14.3%；农村居民国内出游15.26亿，同比增长22.6%。

2025年，国内居民出游花费6.30万亿元，比上年同期增加0.55万亿元，同比增长9.5%。其中，城镇居民出游花费5.30万亿元，同比增长7.5%；农村居民出游花费1.00万亿元，同比增长21.4%。

(据文化和旅游部网站)

2026年春晚完成第二次彩排

中央广播电视总台《2026年春节联欢晚会》1月25日完成第二次彩排。整场节目流程顺畅、衔接有序，导演组用心打磨细节、不断完善创编，凸显吉祥喜庆的联欢氛围。晚会情感表达细腻动人，浓浓的年味扑面而来，洋溢着阖家欢聚的喜庆与温暖。

家国同心，春晚唱响蒸蒸日上的美好生活，放歌欣欣向荣的伟大时代。农民合唱团带着丰收的喜悦登上春晚舞台，沉甸甸的筐箩、金黄的稻穗、火红的辣椒绘就秋收好“丰”景，唱

出仓廩丰盈的踏实底气。融合了神话传说与民族元素的歌曲，将《山海经》中寓意吉祥的小马生动呈现在舞台之上，中华民族大家庭的孩子们手牵手，清澈纯真的童声唱出对未来的美好憧憬。耳熟能详的宝岛金曲，唤起海峡两岸同胞的共同记忆。随着春节临近，总台春晚导演组将持续在节目编排、技术融合、舞台效果等方面精益求精，努力呈现一台贴近生活、传递温暖的“人民的春晚”。

(据《光明日报》)

“2026来内蒙古过大年”系列活动在呼和浩特启动



▲1月24日，“2026来内蒙古过大年”春节系列活动启动现场。

本报讯(记者 杨净毓 李文华)1月24日晚，“2026来内蒙古过大年”系列活动在呼和浩特大黑河军事文化乐园启动。

本次活动聚焦群众参与和文旅惠民，通过丰富的新春活动和实实在在的消费优惠，让市民游客在家门口体验浓郁年味。

活动现场，12个盟市代表共同点燃象征团圆的篝火，马头琴演奏与群众舞蹈交替上演，营造出温暖祥和的节日氛围。市民游客参与了非遗火群舞等表演环节，发起了呼和浩特新春氛围全民参与的城市总动员。

呼和浩特围绕本地资源推出4条新春游玩线路：

马年贺岁·草原马文化深度之旅：串联呼和浩特博物馆特展与敕勒川草原马术体验，让市民感受“马上团圆”“马到成功”“马上有好市”的吉祥寓意。

青城潮玩·非遗闹春沉浸式之旅：从莫尼山非遗小镇到塞上老街传统庙会，体验手工制作与节庆活动。

冰雪童趣·亲子新春欢乐之旅：覆盖马鬃山滑雪场、大黑河军事文化乐园、敕勒川草原太阳广场等市区及周边的13个特色冰雪场地，适合家庭亲子游玩。

文博寻味·古今青城年味之旅：从内蒙古博物院到宽巷子老街巷，品味青城的历史文化与市井味道。

活动期间推出多项便民优惠。餐饮消费券通过常用App发放，最高满399元减100元；15家景区提供门票折扣，包括滑雪场七折、动物园五折等优惠；40余家酒店同步推出住宿八点八折优惠。

从即日起至元宵节，呼和浩特全市将推出一系列内容丰富、形式多样的文旅活动：塞上老街新春庙会汇聚传统非遗与现代表演，让老街区焕发新活力；全市博物馆春节期间延长开放时间，并增设互动体验项目，让文物“活”起来；各旗县区也将同步开展社火、灯展、年货大集等传统民俗活动，营造处处有惊喜、日日有亮点的节日氛围。

安徽首办“年轮”演唱会

一场跨代际、跨圈层的“年轮”演唱会1月25日在合肥上演，现场座无虚席。

教师、消防员、医生、火车司机……演出现场，18位来自各行各业的市民，接力唱响跨越60载的时代金曲，引发全场大合唱。

“台上唱歌的可能就是邻居、同事，感觉特别亲切，唱的每一首歌都好像有自己的回忆。”市民王智带着孩子前来，他表示这种形式让音乐更有共鸣。

来自合肥市振兴小学的音乐教师董祥武感慨道：“音乐是讲台与舞台的双向奔赴。今天和警察、司机等各行各业的音乐爱好者同台，用歌声对话时代，这本身就是一种美好的城市人文景观。”

“我在工作之余最大的爱好就是唱歌。”担任火车司机的领唱员孙杨则表示，能在工作之余站上专业舞台演唱，圆了一个平凡人的梦。

这场主打“草根”参与的“年轮”演唱会推出39元单人票、99元家庭

套票等亲民票价，尝试与“票根经济”深度融合，为本地文旅消费注入新动能。

购买99元家庭套票的张慧说：“票根不仅能参与抽奖，还能在很多商家享受打折服务，感觉这张小纸片‘变厚’了。”

长三角一体化旅游联盟副会长、安徽省旅游学会会长徐华玉认为，“年轮”演唱会模式将草根叙事、怀旧经济与文旅权益嫁接，降低了演唱会的参与门槛，提升了文旅消费的趣味性、黏性，是“文旅+音乐”融合的一次有益探索，其可复制性对打造地方文旅IP具有参考价值。

据悉，安徽将持续开展“年轮”演唱会，打造“人人可参与、年年可复制、文旅可长红”的安徽文旅品牌，并在多地推出月度主题演出，整合更多本地非遗、美食、景区资源，深化“票根”的消费权益网络，探索开发主题文旅线路，推动“音乐+文旅”的深度融合与常态化运营。

(据中国新闻网)

2026年全国“老字号嘉年华”启幕

商务部联合广东省人民政府举办的全国“老字号嘉年华”暨大湾区年味消费季启动仪式1月26日在广州举行。以“国货潮品 焕彩焕新”为主题，全年35场各具特色的重点活动将让人民群众享受到更加丰富多彩的消费体验和文化盛宴。

据了解，2026年全国“老字号嘉年华”将围绕“老字号创意市集”“老字号全民共赏”“老字号名品博览”“老字号匠心出海”4大主题，组织各地举办35场特色重点活动，扩大优质商品和服务供给，打造多元化、融合化消费场景。尤其马年春节即将到来，将集中推出8场全国性主题活动，打造“一站式”购物平台和“打卡地”

消费场景。

启动仪式现场，广东省商务厅发布了第二批“粤手礼”，涵盖科技文创、非遗养生、特色风味3大类。广州市推介一批老字号“国潮”新品，展现广州老字号发展的新业态新模式新场景。

作为全国“老字号嘉年华”重点活动、广东“广货行天下”春季行动的重要组成部分，大湾区年味消费季活动持续至1月28日。王老吉国际罐、珠江啤酒茶啤新品、双鱼十五运会纪念球等一众广州老字号潮品亮相，打造集文化传承、消费惠民、品牌赋能于一体的年度消费盛宴。

(丁乐)

百年广州站全面迈入高铁时代

1月25日10时29分，随着K303次列车缓缓驶离站台，有着115年历史的广州火车站迎来新节点——普速列车始发终到运营正式收官，全面迈入高铁时代。1月26日零时起，全国铁路实行新的列车运行图，广州这一华南交通枢纽实现“高铁进城、普速外移”。

“这是车站功能、服务品质的跨越。每日开行动车组列车将达到208列，辐射范围延伸至华北、西北、西南等地。”广州站副站长黄晓中说，下一步广州站将与广州南站实现15分钟互联互通，共同撑起粤东粤西高铁“两翼”，为粤港澳大湾区“一小时生活圈”注入强劲动能。

从普速的“慢时光”到高铁的“加速度”，广州站的变迁，既有中国铁路高速发展的印记，也是时代变迁的缩影。从20世纪80年代“东南西北中，发财到广东”的务工大潮，到春

运期间日均超23万人次的客流高峰，广州站里一列列绿色的车厢，承载着无数人的乡愁与梦想。

得知广州站将开出最后一列“绿皮火车”的消息后，不少人纷纷表达不舍之情。一条数万人点赞的短视频里这样说：“这列绿皮火车让乡愁变得具体，它像一条绿色的脐带连接着我们的来处和远方，就是在这里，我和无数的‘我’一起，把生存一步步打拼成了生活。”

评论区的4000多条回复中，写满了南下北上、东行西往的人与广州站的故事。有人这样说：“人们关心广州站、回忆广州站，其实是在转过身子，看一眼当年的自己”。

转型之后，广州仍然给广大旅客保留了乘坐普速列车的选择权。黄晓中表示，1月26日之后，旅客可以在广州白云站乘坐普速列车，广州站本身也会有个别普速列车经停。(据新华社)