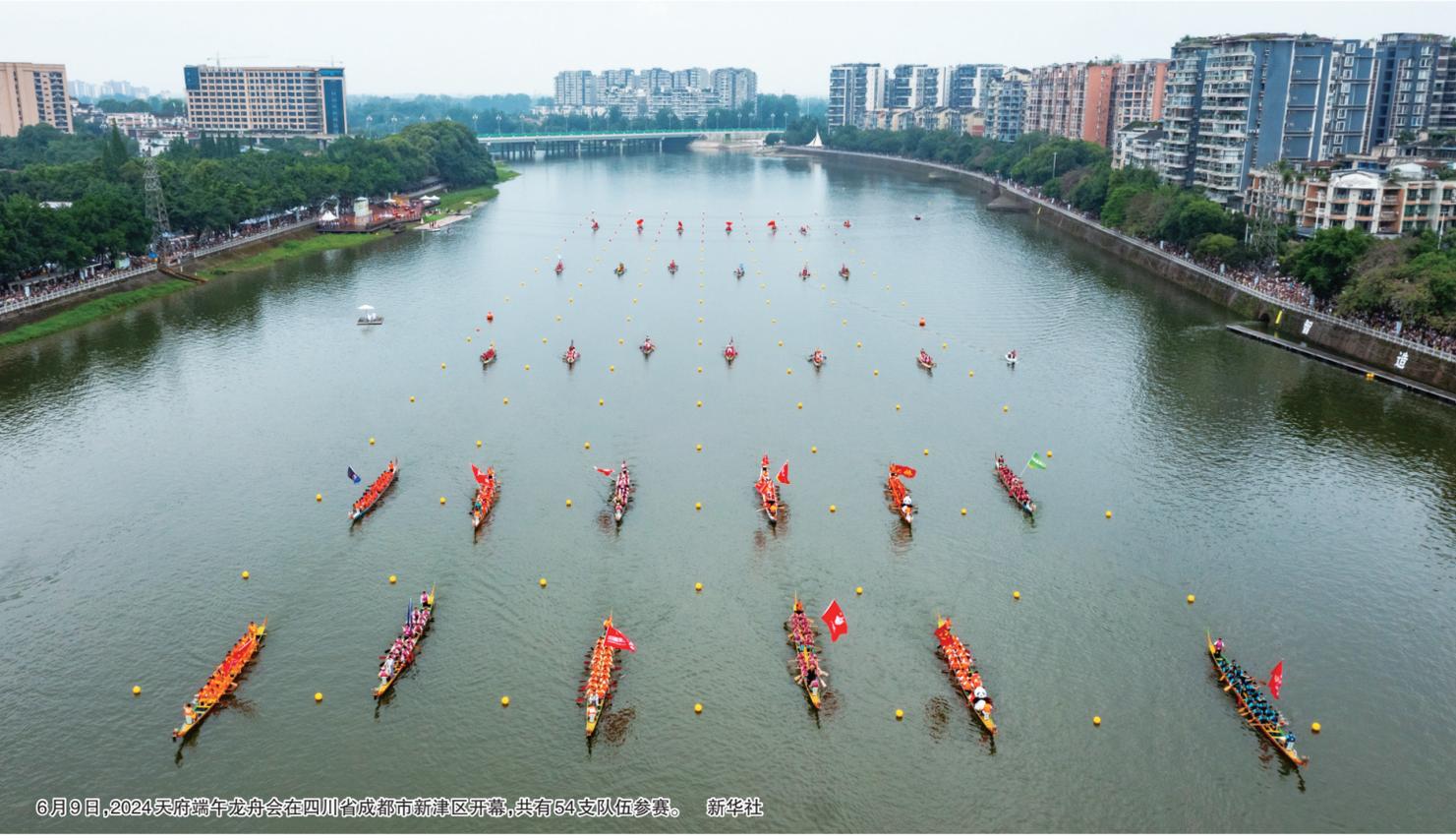


“粽”享艾香国风浓

——看端午消费“新三样”



6月9日,2024天府端午龙舟会在四川省成都市新津区开幕,共有54支队伍参赛。 新华社

艾草门挂散发节日氛围,端午礼盒开启国潮风尚,龙舟古镇涌动消费热力……这个端午假期,传统和潮流碰撞出新仪式感、新趣味、新体验,掀起假日消费新风尚。

仪式感—— “粽”享艾香情,推陈出新焕动能

五月五,过端午。点艾叶,挂菖蒲,香草荷包五彩绳。祖辈传下的风俗,在这个端午热闹地流行起来。

“小时候过端午,姥姥都会买把艾草挂在家里,寓意驱邪纳福。”河南郑州“00后”女孩李梦圆说,“现在的门挂既保留了传统寓意,还好看。”

端午前,各大电商平台、线下花店等,新式艾草门挂突然“火”了。与菜市场几元一把的艾草不同,这些新的艾草门挂加上了菖蒲叶、黄金球等不同花材,价格从几元到四五十元甚至上百元不等。

记者在一些电商平台看到,不少店铺艾草门挂月销量过万件。“传统也需要加入新元素,现在的艾草门挂颜值高,更有仪式感。”北京女孩小宋说。

在河南南阳市七台村艾草健康产业基地,工人们正挥镰刀收割艾草。基地负责人赵遵义介绍,近年来基地与云南花卉市场合作,生产的艾草花束等销量很好,“今年端午期间销售额同比增长了50%。”

“彩线轻缠红玉臂,小符斜挂绿云鬟。”节日的仪式感,体现在年轻人身上,带热了香包、香囊、挂饰等商品。

浙江义乌国际商贸城一家店铺负责人唐真说:“今年五彩绳手链、端午红色手链都卖得很好,这几个月已销售了上百万条。”

端午,粽子是少不了的主角。曾经逢节必有的“咸甜之争”,在年轻人对仪式感的追求中更趋激烈。对端午传统习俗产生共鸣的同时,年轻人个性化的品质追求,给假日带来推陈出新的消费活力。

荔枝甘露、芋泥咖啡等新鲜口味,香粽、辣粽、皮蛋鲜肉等奇特口味,“粽”有一款满足你。

百年老字号五芳斋也加入了这场粽子创新。年轻消费者喜爱的“爆料粽”系列,今年推出了新口味,例如爆料黑松露干贝蛋黄粽、爆料板栗豆沙粽等。

“轻食风”也刮到了粽界。京东6日发布的《端午节消费观察》显示,低糖低脂的乌米粽、紫薯粽、五色糙米粽搜索关注度同比增长均超100%。

“年轻消费者对消费品有了更多情绪共情、文化共鸣的新需求,这是当下消费市场增量和升级的重要突破口。”长沙新消费研究院产业研究负责人黄侃说。

新潮味—— 玩转IP联名,新场景激发新增长

今年端午季,“撞”上了高考季,不少商家颇具巧思。一举高“粽”、不负“粽”望,送给最“粽”要的人……是卖点更是祝福。

一些图书馆、博物馆推出了颇有新意的端午文创产品。国家图书馆旗舰店上架了菖蒲风铃挂饰,故宫博物院网店上新了艾草养生锤,既有新意也有心意。目前养生锤月销量已过万。

今年是生肖龙年,当“龙”与“端午龙舟”相碰撞,擦出了新的消费火花。京东《端午节消费观察》显示,龙舟拼图、积木等玩具成交额同比增长均超100%。适合团建项目的旱地龙舟成交额同比增长超2倍。从购买人群看,“00后”及“90后”人群超四成。

端午主打健康概念。南阳艾草企业打造了一批端午节艾制品套餐,如“艾草家纺大礼包”“端午除湿沐浴大礼包”等。南阳市中医药发展服务中心主任王晓星表示,据估算,端午期间南阳艾草产业销售额将达到18亿元,占艾草产业年总产值的12%。

设计精巧的端午礼盒,让传统文化“飞入寻常百姓家”。湖南汨罗江食品有限公司董事长伏泽诚介绍,翻开形似古籍的“端午故事会”礼盒,屈原及汨罗江粽子的故事在牛皮纸上被娓娓道来,礼盒内除了牛角粽,还有川山毛笔等文创产品。“据说,屈原正是用川山毛笔写下了《离骚》和《天问》,这类结

合传统文化和创新设计的文创产品,正受到年轻群体的追捧。”

新体验—— 彰显国潮热,汇聚文旅八方客

“哇!这艘船好大!”在中国龙舟之乡东莞市中堂镇,学生们走进霍沃培龙船厂,开启一场端午传统文化研学之旅。聆听历史,触摸龙舟精美纹饰,百年不衰的龙舟文化刻进孩子们的心里。

端午体验不只有龙舟,各地纷纷上新端午新玩法:在佛山南海,亲子家庭与世界冠军们一起扒龙舟,体验水上“速度与激情”;在东莞,水乡10个镇街的30个景点串成一站式旅游路线,推出民俗游、水乡游、研学游等六大主题龙舟体验;在贵州都匀,游客们正挑选端午节应景的服装造

型和古风妆容,准备体验打糍粑、钓粽子等民俗活动……

推开贵州镇远县听荷轩民宿小院的大门,迎面飘来一阵粽米香,游客们围坐一起包粽子、画鸡蛋,其乐融融。今年端午镇远龙舟文化节期间,镇远县接待游客预计超过20万人。

汉服妆造约拍、园林茶馆点茶,汉服主题酒店、国潮主题餐厅……端午“民俗氛围”之下,北京、西安、南京等文化名城,成为假期沉浸式“新中式游”的好去处。

赛龙舟、吃龙舟饭、品尝各地风味粽子……端午假期,许多小城小镇以各类民俗体验活动,吸引更多周边城市游客前来“短途游”。

河南省商业经济学会会长宋向清表示,假日消费是观察经济活力的窗口,端午节呈现出来的滚烫的消费热情,尽显国内消费市场巨大潜力和强大韧性。

6月9日,游人在沈阳方特欢乐世界观看英歌舞表演。 新华社



2024年高考题“上新”!

看看跟往年有啥不一样

铃响起,笔落下,又是一年高考季。6月9日,全国大部分地区结束2024年高考。今年,有1342万考生报名高考,人数再创新高。

今年高考。今年的高考有什么不一样?“上新”的高考试题里门道很多。教育部教育考试院命题专家表示,今年扎实推进考试内容改革,注重考查学生的必备知识、关键能力和学科素养,激发学生崇尚科学、探索未知的兴趣,引导培养探索性、创新性思维品质。

考能力,直面“解决问题”——

“下面的文字是一位老奶奶在医院看病时的自述,不够简明扼要,不利于和医生高效沟通。请对这段自述进行缩写。”

这是今年语文全国甲卷考查特定语境下交流能力的一则题目。考题明确的应用导向,充满新意。

海面上货船和灯塔的位置关系,背后蕴藏着解三角形的数学方法;生物试题以合理使用消毒液减少传染病为主题,鼓励学生运用科学方法解决实际困惑……

将对知识的考查“种”入思维、情感活动中,要求年轻一代更善于将所学得的知识、经验、方法等融会贯通,迁移转化运用,为将来的全面发展“筑基培土”。

考思维,创新拒绝“套路”——

人工智能、“嫦娥”奔月、大国重器……面对科技大潮奔涌,更需要“不走寻常路”的好奇心、想象力和探索欲。

数学上海卷选择以沿海地区气温与海水表层温度的统计关系为切入点,将重视科学素养纳入考生视野。物理新课标卷则以三位科学家在发现和合成量子点方面的贡献为素材,展现不同学科领域的交叉融合。

教育部教育考试院命题专家表示,今年高考的一大宗旨,就是通过展现国家科技发展成果、加强科学实验考查等方式,鼓励学生了解科研方法,培养科学精神。

一位一线教师认为,试题的开放性,给了“05后”展现自己辩证思维与探究能力的空间。

考素养,培养文化自信——

今年高考考期,恰逢端午佳节。在答卷中,我们也看到许多中华优秀传统文化的影子。

增文化自信。语文新课标II卷阅读材料节选自2023年茅盾文学奖获奖作品、当代作家孙甘露以党的历史为背景创作的小说《千里江山图》,语文全国甲卷介绍古建筑科学修缮的方法,数学天津卷几何问题涉及古籍所载的“割补法”……

文化底蕴。品交流互鉴。英语新课标I卷选取的语篇介绍了英国“丝路花园”,体现了古丝绸之路对英国园林艺术的影响。

知生态保护。生物全国甲卷以濒危物种的保护为例,引导学生树立保护生物多样性的行动自觉。

教育部教育考试院命题专家表示,要继续充分发挥考试的育人导向。

一道道新颖的试题在筛选人才的同时,如指路明灯,烛照和引领学生树立正确价值观,涵养永恒思想。

在北京大学中文系副教授吕辰看来,高考并非改变人生的唯一选择,只是人生的一个站点。一个人能否成才,在于他的实际本领。学生们一路的付出,收获的是面对未来的能力和勇气。

人们相信,处处留心皆学问,越过万水千山,必将海阔天空。
新华社北京6月9日电

端午假期首日全社会跨区域 人员流动量超2亿人次

新华社北京6月9日电 记者9日从交通运输部获悉,6月8日(端午节假期第1日),全社会跨区域人员流动量为20867.1万人次。

具体来看,铁路客运量为1724.6万人次,水路客运量为79.1万人次,民航客运量为191.4万人次。公路跨区域人员流动量(包括高速公路及普通国道非营业性小客车人员出行量、公路营业性客运量)为18872万人次。

山东省纪委监委通报 5起违规吃喝典型案例

新华社济南6月9日电 近日,山东省纪委监委公开通报5起违规吃喝典型案例。

山东国惠投资控股集团原党委书记、董事长尹鹏生活奢靡、出入私人会所接受宴请等问题。尹鹏在吃住行用等方面追求奢靡享乐,长期接受私营企业主提供的高档食材、名贵酒水、豪华家装以及高级商务专车等“保姆式”服务,多次出入私人会所接受宴请。尹鹏还存在其他严重违纪违法问题。2024年4月,尹鹏受到开除党籍、开除公职处分,涉嫌犯罪问题被移送检察机关依法审查起诉。

通报的典型案还涉及,淄博市张店区市场监督管理局党组书记、局长刘华违规聚餐饮酒问题,聊城市阳谷县阿城镇夏庄村党支部书记、村委会主任李金海套取集体资金支付吃喝费用问题,菏泽市定陶区冉坝镇市场监管所工作人员赵统爱在辖区饭店就餐未支付餐费问题,临沂市沂南县依汶镇安乐园管理区工作人员张风军接受管理服务对象宴请并酒后驾驶机动车问题。

通报说,山东各级党组织要紧盯违规吃喝这个顽瘴痼疾,有针对性地开展整改整治,各级纪检监察机关要以高度责任感抓好违规吃喝专项整治,加大明察暗访力度,对顶风违纪行为严惩不贷,对风腐交织问题同查同治,把系统观念贯穿违规吃喝专项整治全过程,推动堵住制度和监管漏洞。

卢旺达青年在成都 唱响“非洲版”《成都》

新华社成都6月9日电 最近,不少网友在社交网络上看到一个特别版本的《成都》:在成都进行的中超赛事现场,两名非洲友人在看台上用中文演绎歌曲《成都》,“我在成都的街头走一走……”,他们不仅唱得字正腔圆,歌声中更是流露着对成都的满满深情。

据了解,两位演唱者“鑫鑫”和“保安”来自组合“卢旺达青年团队”,他们带着卢旺达人的热情从非洲来到成都,演唱中国歌曲,传播中国文化的佳话。

熬夜背歌词 成“中文歌十级选手”

“我从小就很喜欢中国歌曲和电影,而且很痴迷!”卢旺达青年团队创始人“波波”介绍,在卢旺达孔子学院学习了一年,为了探索更多中国文化,他参加了“汉语桥”中文比赛,并到中国读大学,学会了一口流利的中文。

在中国学习期间,“波波”发现如今年轻人很多都在拍视频,并上传到移动互联网平台进行展示和分享。回到家乡后,“波波”和几位同样对中国文化有着浓厚兴趣的朋友决定开设短视频账号,分享和展示他们所演唱的中国歌曲。

记者发现,除“波波”能够用中文流利地对话外,团队中“保安”“鑫鑫”等几位伙伴讲中文还不够流利,但一旦切换成“演唱模式”,便立刻能以十分标准的普通话对歌曲进行演绎。

“团队嗓音条件都非常好,听到悦耳的中文歌曲大家就情不自禁地跟着哼唱。”“波波”介绍,但要把握每一个字的发音咬准并表达出歌曲的情感并不容易。“我们大家熬夜背歌词,互相鼓励学习,认真纠正每一个发音,努力去体会歌词的含义。”“波波”笑着说。

据了解,“卢旺达青年团队”自2021年在抖音发布首条视频以来,在中国网络平台粉丝超900万,成了名副其实的“网红”。

“这是我见过唱歌最好听的外国人!”“这是灵魂歌手!”“我绝对唱不过他们!”他们简直就是中文歌十级选手呀!”在每条作品下面,满是类似的评价。

体验热辣精彩的 成都生活

“收获了很多粉丝以后,我们大家都很渴望来到中国发展,更加深入地体验和了解中国文化。”“波波”说,“我

听说成都是一个包容、热情好客且充满创造力的城市,我们相信在这里能够学到很多宝贵的东西,因此毫不犹豫选择了将成都作为目的地。”

据了解,今年4月下旬“卢旺达青年团队”离开家乡来到成都,用音乐在中国开启了一段新的旅程。

在成都生活的一个多月时间里,他们走遍成都的大街小巷,老茶馆品茶、看川剧变脸、挑战特辣火锅……还来到成都最火热的球场观看了一场酣畅淋漓的中超比赛,也将音乐作品留在了成都许多角落。

回顾在凤凰山看足球赛的感受,“卢旺达青年团队”一致表示十分难忘。“我们在非洲很难见到这样的盛况,太震撼了。”“保安”说道。人生第一次到现场看球,“鑫鑫”感叹道,“氛围太棒了。”

谈及在社交网络爆火的“非洲版”凤凰山《成都》,“波波”表示这首歌和当时的场景很符合,让他感受到在成都的归属感。“我们算是‘蓉漂’,跟球迷一起在凤凰山看球,一起为成都队加油,感觉我也是成都人了!”

对于语言天赋满满的几位卢旺达朋友来说,短暂的成都生活足够让他们熟练掌握了几句日常四川话:“巴适得很!”“要得!”“雄起!”

将中国文化精髓 传向世界各地

“目前我们来到中国才一个多月,还刚刚开始适应这里的生活方式和节奏”,“波波”表示,不过一场球赛过后,他们更加坚定了选择成都。

其实“卢旺达青年团队”的感受也正是许多在成都的外国友人的真实感受。当前成都是国际交流的热土,而凤凰山体育公园正是成都国际化的一个缩影。

在这里,成都球迷会为叙利亚球队热情高喊“雄起”;还有外国球迷积极加入“成都红色刀锋球迷会”,用尽全力为成都蓉城队助威90分钟不停歇;在这里,歌迷们与西城男孩全场大合唱90年代英文金曲;也有像“卢旺达青年团队”这样的“蓉漂”外国人在这里唱响中国声音。

谈到未来,“波波”表示团队将更加深入了解中国本土文化,并将这些文化元素融入短视频的创作当中。“我有一个梦想,就是将更多蕴含中国文化精髓的内容,通过我们的创作传播到世界各地。这不仅能让我们的作品更加丰富多样,也能让世界更好地了解中国。”“波波”说。