

2016 猴气冲天 数字中的春节知多少

互联网技术飞速发展,城镇化加速推进。2016 年的春节,新鲜事物焕发勃勃生机、年俗亲情有坚守也有变迁。

“红包大战”除夕夜 4.2 亿人“抢”不停、出境消费额预超 900 亿元、春节档电影《美人鱼》上映 4 天票房破 10 亿元,猴年伊始“猴气冲天”。

1 超 4.2 亿人“抢”不停 莫冲淡团圆本意

除夕夜迎来“全民抢红包”高潮。数据显示,除夕当日,微信红包参与人数达 4.2 亿人,收发总量 80.8 亿个,3 年狂增 505 倍;春晚期间,支付宝“咻一咻”抢红包活动总参与 3245 亿次,是去年春晚互动总次数的 29.5 倍。抢红包正从节日“伴奏曲”演变为年夜“主题歌”。

“红包大战”受人追捧也引发思考。微博、微信、APP 等移动终端逐渐成为日常生活必不可少的一部分,却也成为“亲情面对

面”的割裂者。游子千里归家,依旧没有跳出方寸屏幕,当除夕夜人们的眼光在屏幕上游走,对亲友长辈的关心充耳不闻,把满怀期待的父母晾在一边,一些人的亲情已然被手机打败。

不少老人认为,红包是根植于中国传统文化、人情社会中的一环,本质上只是年俗的一个体现、传递祝福的一种方式,不该占用太多团聚时光,冲淡了团圆本意。

2 出境消费预超 900 亿元 电影火农村市场潜力大

春节黄金周期间,冬奥情节引燃的冰雪热走俏旅游市场,也有不少中国家庭选择出国游。中国旅游研究院和携程旅行网发布的报告预计,2016 春节出境游人数预计将达到 570 万到 600 万,如果以人均旅游相关费用 1.5 万元计算,中国游客春节出境花费或将达到 900 亿元。

与旅游市场同样火爆的还有春节档电影。大年初一,周星驰《美人鱼》领衔六大

片带来贺岁大礼包,其中《美人鱼》上映 4 天,票房累计就已突破 10 亿元,刷新华语影史最快破 10 亿元记录。

农村的巨大消费潜力也在逐渐展现。中国年货大数据报告显示,全国超过 12000 个农村淘宝服务站参加了今年阿里年货节,消费比平时增长 331%。专家认为,消费要继续挖潜,还应加速供给侧改革,通过改革促进创新、提高生产效率和产品市场竞争力。

3 传统春晚引讨论 “二次元春晚”“草根村晚”出新招

农历猴年,各种跟“猴”有关的拜年祝福语不在少数,起源于粤语“好犀利”的普通话发音“猴赛雷”成了流行语。吉祥物“猴腮雷”虽然最终没能在春晚上露脸,但是猴年春晚仍旧引发不少关注、讨论。

视觉产品多元化的今天,全民看春晚的现象已经很难复制,一批依托于新技术

新平台的“二次元春晚”“草根村晚”带来新潮流。如不少动漫爱好者选择在除夕夜观看“哔哩哔哩 2016 拜年祭”节目,3 个小时节目包括弹幕、吐槽、动漫、搞笑视频、卡牌游戏等丰富内容;广西、山东等地农村百姓则自发办起了乡村春节晚会,互动频繁、趣味十足。



4 青年被催婚超八成 “逃饭帖”大热折射城乡婚恋观冲突

从上海姑娘跟男友回农村过年“逃饭”帖子掀起舆论热议,到“租个女友回家过年”市场火热,显示出当前年轻人恋爱与择偶观的多元化。逃与留的讨论热潮也折射出城镇化进程中城乡婚恋观冲突不断的现实。

近期,中国关心下一代工作委员会健康体育发展中心发布了《中国逼婚现状调查报告》,八成受访者表示曾被父母逼婚。25 至 35 岁的青年压力最大,被逼婚率高达 86%。如何在七大姑八大姨苦口婆心劝

说下,练就微笑、频频点头的基本功与坚强的内心,智斗“中国式逼婚”?早在春节前夕,各种“反逼婚攻略”便在网上随处可见。

量化的逼婚现状究竟科学不科学暂且不论,吐槽背后不仅反映出两代人、农村与城市婚恋观的差异,更凸显一些年轻人对“人情负累”的不满。专家认为,家乡七姑八婶催婚、催孩的急切心理是关爱晚辈的表现,但需要尊重不同代际间的观念差异,为人际关系留下一定的界限和空间。

5 279 个城市重度污染 数千起违法占用应急车道

从除夕 20 时至大年初一 6 时,雾霾与国内三分之二城市共度佳节。全国共有 279 个城市在这一时间段内空气质量指数达到过五级重度污染或以上,其中 66 个城市空气指数甚至“爆表”超过 500。

“堵得慌”已经不是城市“专利”,山东、安徽等地返乡网友反映,一年一度的春节大迁徙之下,带来“城里空荡荡、乡下堵成

狗”现象,一些乡村公路上堵车竟超十公里,部分拥堵路段再现“打羽毛球”“拜年聊天”场景。

拥堵之下,不文明行为再现。个别司机挤占应急车道、行人在应急车道行走,带来极大安全隐患。公安部数据显示,仅假期前 3 天,全国高速公路车辆违法占用应急车道 6716 起。

(据新华社电)