

## 清明节当天 宁波人出游热情堪比春节

根据百度地图迁徙大数据,今年清明节当天(4月4日),上海成为宁波最热门的迁入来源地。同时,宁波的迁出规模指数达到6.98,创下今年春节以来新高,较今年春节假期的平均值(3.855)高出80%左右。这些数据,说明了什么?

### “阿拉”沪甬一家亲

上海与宁波一衣带水,紧密相连。

前段时间热播的电视剧《繁花》中,游本昌饰演的“宁波爷叔”是生意场的“老法师”,也象征着“宁波帮”人士在上海发迹,成为中国近代经济史上绕不开的群体。有分析认为,如今,上海户籍人口至少有300万人是宁波人后裔,而上海话中的“阿拉”正是来自宁波方言。

这一点,在百度地图迁徙大数据中得到佐证。近些年,无论是在春节、国庆等长假期间,还是普通周末或工作日,宁波的最热门迁入来源地基本上是杭州、绍兴等省内城市。但今年清明节当天,上海成为宁波热门迁入来源地,占比达18.37%,与杭州持平。

清明节是人们祭祖扫墓的日子,沪

人来自甬比例的明显增加,说明不少上海居民的“根”在宁波。得益于两地邻近的距离和便利的交通,祖籍宁波的上海居民,每逢佳节即可“常回家看看”。

除了上海外,杭州、绍兴、台州、舟山等宁波周边城市,位居宁波热门迁入地前五。一方面,在“浙”些城市工作或生活的宁波籍人士回到家乡;另一方面,一批出游踏青的省内居民,也将“高铁1小时以内直达”或“自驾2小时以内可达”的宁波视为短途游目的地。

清明假期,宁波的一些暖心举措,让前来扫墓或踏青的人群好感倍增,如宁波轨道交通、扫墓接驳公交实行免费乘坐,保障绿色出行,令网友纷纷表示“宁波的热情我感受到了”“建议全国推广”……成功助力宁波“圈粉”。

### 宁波人出游热情堪比春节

与此同时,宁波人的迁出热情高涨。4月4日,宁波的迁出规模指数达到6.98,和春运期间的农历腊月廿三(6.8)相近,虽然并未超过春运期间的峰值(7.83),但已高于农历腊月二十至腊月三十的平均水平。

清明节当天,宁波居民的出游热情堪比春节,主要来自两类人群贡献。一是祖籍在周边城市的“新宁波人”,他们返乡与亲人团聚,祭奠逝去的先辈;二是按捺不住踏青热情的游客,想去隔壁城市“串门”。

从数据看,4月4日,宁波热门迁出目的地包括台州(18.35%)、绍兴(11.72%)、杭州(11.43%)、舟山(5.19%)、上海(5.11%)。而上述5座城市皆为当日宁波的热门迁入来源地,和宁波“双向奔赴”。

在热门迁出目的地中,有不少是适合踏青的旅游城市,比如,上饶婺源油菜花,洋溢春天的气息;南京玄武湖畔的樱花,吸引一众游人;苏州园林与鲜花搭配,让人感受中式浪漫……人们不想错过一年一度的美景,开启了“说走就走”的旅行。

从全国范围看,4月4日出游的热门目的地城市前10分别是:广州、北京、成都、深圳、苏州、东莞、西安、惠州、佛山、杭州。

记者注意到,一线城市上海、因麻辣烫而爆火的天水,都没有上榜。反倒是一些珠三角城市,凭借城际铁路等便利的交通设施,让城际流动规模得到加强,并因此榜上有名。我们不妨据此展望,等到通甬嘉甬高铁通车,长三角城市间的交流和往来或将更上一个新台阶。

记者 严瑾

## 同比增长17.81% 宁波消费市场“清明档” 揽金3.31亿元



宁波万象汇打造的“面包市集”人气很旺。受访者供图

4月6日,记者从宁波市商务局获悉,清明假期(4月4日、5日),宁波重点监测的50家样本企业累计实现销售额3.31亿元,同比增长17.81%。假期效应持续显现。

### 消费市场持续升温

清明假期(4月4日、5日),宁波重点监测的50家样本企业累计实现销售额3.31亿元,较去年同期(2.81亿元)增长17.81%,较2019年同期(2.4亿元)增长38.07%。

分业态来看,五大业态销售额“4升1降”。购物中心增长迅猛,7家样本企业累计实现销售额1.36亿元,同比增长55.45%;餐饮行业同样火爆,9家样本企业累计实现销售额510.76万元,同比增长50.03%;8家百货店、13家超市稳步增长,分别实现销售额4861.81万元、5671.52万元,分别同比增长36.51%、14.49%;13家专业店实现销售额8490.94万元,同比下降19.25%。

分商品来看,20类监测商品销售额“18涨2降”。除汽车、家具外,其他各品类销售额保持增长。在商超促销带动下,服装、鞋帽分别实现销售额3548.82万元、1282.19万元,分别同比增长40.55%、43.26%;金银珠宝实现销售额1129.59万元,同比增长33.91%;粮油食品、烟酒、饮料等消费稳步提升,分别同比增长16.49%、20.46%、26.86%。

从增长情况来看,建筑装饰材料、体育娱乐用品、化妆品表现亮眼,分别同比增长252.02%、144.72%、138.35%;家电和其他品类较去年同期分别增加892.08万元、1434.34万元。

### 创新体验增添活力

清明假日期间,借助文化与生活融合、数字技术应用等创意,宁波各大商圈增添了不少特色新场景,打造全新的消费体验。

在多样化促销、创新体验助力下,宁波各大商圈客流火爆。比如,杉井奥特莱斯日均客流量突破7.5

万人次,同比增长近200%;宁波第二百货假期客流量达2.7万人次,较去年同期增长155%。

宁波万象汇打造了一场“面包市集”,将“菜叽面包”“一个贝果”等超过40家人气面包店集聚在一起,让消费者可以一次尝遍中式、法式、日式、韩式等各类面包。

宁波阪急与艺术家蒋昀格合作的全国艺术首展“奇镜Mirror-Land”,虚实交错的视觉场景构建出城市花园中的镜面山水与光影森林,传达出“柔既是刚”的艺术理念。而“Van Cleef & Arpels”与法国艺术家 Alexandre Benjamin Navet 携手打造的“春之花园”限定快闪,让市民领略了艺术家欢快灵动笔触下的自然生机。

海曙天街开启“在地潮玩动漫日”,地下偶像团体舞台表演秀、coser秀、舞台互动游戏、随机宅舞轮番上演。

象山组织开展2024“以旧换新购新让利”春日福利大放送活动,重点围绕汽车、家电、家居建材等行业,推出丰富多样的“换新”“购新”促消费活动,持续扩大县域消费潜力。

### 餐饮消费蒸蒸日上

清明假期,餐饮市场持续火爆,9家餐饮样本企业累计实现销售额510.76万元,同比上涨50.03%。

天一石浦、海底捞重现排队等现象,人气火爆,营业额分别较去年同期增长90.6%、53.6%;状元楼和义店餐位预定量暴增,营业额同比增幅45.3%;余姚2家监测餐饮企业销售额同比上涨73%;慈溪2家重点餐饮企业实现销售额64.4万元,较去年同期增长34.8%。

生活必需品市场运行有序。清明节假日期间,宁波生活必需品市场供应充足、价格稳定。监测数据显示,重点批发市场猪肉、水产均价较去年同期分别上涨5.8%、11.7%;蔬菜、禽肉、蛋类、水果均价较去年同期分别下降5.4%、6.7%、7.3%、19.1%。

记者 史妮超 通讯员 商舞

2024年4月4日宁波热门迁入来源地		
排名	城市	占同期全市迁出人口的比例
1	上海市	18.37%
2	杭州市	18.37%
3	绍兴市	8.86%
4	台州市	8.10%
5	舟山市	6.02%
6	金华市	4.91%
7	嘉兴市	4.74%
8	温州市	4.18%
9	苏州市	3.57%
10	湖州市	1.56%
11	南京市	1.03%
12	无锡市	0.96%
13	丽水市	0.79%
14	合肥市	0.66%
15	衢州市	0.64%

2024年4月4日宁波热门迁出目的地		
排名	城市	占同期全市迁出人口的比例
1	台州市	18.35%
2	绍兴市	11.72%
3	杭州市	11.43%
4	舟山市	5.19%
5	上海市	5.11%
6	金华市	5.07%
7	嘉兴市	4.25%
8	温州市	3.56%
9	苏州市	3.07%
10	上饶市	2.72%
11	湖州市	2.66%
12	衢州市	1.42%
13	南京市	1.40%
14	丽水市	1.33%
15	无锡市	0.84%

来源:百度地图迁徙大数据 整理:严瑾

来源:百度地图迁徙大数据 整理:严瑾