

党的二十大报告提出,“增进民生福祉,提高人民生活品质”。2022年已近尾声,回望这一年,我们的生活品质怎么样,留下了怎样的休闲印迹,又实现了哪些美好生活的向往?一份2022年度休闲记忆报告,敬请查收!

# 2022

# 年度休闲记忆,请查收!



## 看点1: 时间,都去哪儿了?

近日,中国旅游研究院发布了《中国休闲发展年度报告(2022—2023)》,系统阐释了大众休闲时间、休闲空间及休闲活动的特征与趋势。报告显示,人民群众的休闲权利意识日渐彰显。

### 休闲成日常刚需

随着国民生活品质的不断提高,城乡居民用于休闲的时间开始超过照顾老人/孩子、陪孩子学习、家务劳动、看病就医等无偿劳动所花费的时间,休闲成为继生理活动、工作(有偿劳动或学习)之后的首要选择。

数据显示,国民休闲时间较疫情前大幅提升,2022年城镇居民和农村居民全年总休闲时长分别为1522.4小时和1511.1小时,比2019年分别增加289.3小时和365小时,每日休闲时间平均为3.89—5.66小时。

城镇居民休闲时间与可支配时间紧密相关,周末、节假日每日休闲时间分别为4.80小时和

4.61小时,占一天时间的20.00%和19.21%,工作日只有3.89小时,占一天时间的16.21%;农村居民休闲时间高于城镇居民工作日休闲时间,但低于周末和节假日休闲时间,为4.14小时;退休居民休闲时间最长,平均每天5.66小时,占全天时间的比重达23.58%。

城乡居民休闲时长具有显著地域差异。在调研的10个城市(北京、上海、广州、成都、西安、长沙、沈阳、武汉、南京、杭州)中,沈阳城镇居民在工作日和周末时段休闲时长均排名第一,北京城镇居民节假日休闲时间位列第一;长沙、南京、北京的农村居民休闲时间较长;南京退休居民休闲时间最长,而广州退休居民休闲时间最短。

对比时间利用结构,选择实地购物、外出就餐、美容美发、游乐游艺等消费购物类休闲活动的城乡居民占比具有绝对优势,为60%—70%;其次为看电影,参观博物馆、展览馆、科技馆、艺术馆、名人故居以及去书店、图书馆等,占比14%—23%。

### 近程化休闲趋势日益明显

近距离的出行、高频次的休闲,已成为疫情以来国民休闲的显著特征。2022年,有86.19%的城镇居民、91.64%的农村居民、88.37%的退休人员选择在距家3公里范围内进行休闲活动。与城镇居民和退休人员相比,农村居民近地化休闲特征更为明显,其选择距家1公里内的受访者占比最高,达48.28%。1—3公里以内区域构成国民休闲活动的主体空间范围。

报告表明,在政策外力和市场内力的共同作用下,休闲作为国民不断觉醒的一种基本权利,需求日渐浓郁,且呈现出休闲时间较疫情前大幅提升、休闲半径收缩、休闲活动丰富多样等特征。从发展趋势来看,工作时长仍将是较长时期内国民持续面临的一种常态。如何平衡繁忙工作与休闲生活,在劳逸结合中释放工作压力、体验美好生活,是当前乃至未来国民休闲面临的关键问题。在休闲权利日渐觉醒的新时期,完善的制度保障体系对于实现高品质国民休闲尤为重要。



12月27日,Keep发布“2022年度十大运动健身热词”,其中包括刘畊宏女孩、飞盘社交、城市漫游、甄孃跑等。该话题一经推出,瞬间登上热搜,引发网友关注和讨论。而这些热词也在无形中彰显了今年运动健身等新趋势。

### “云”上燃烧卡路里

“北京冬奥会冠军徐梦桃向大家发出健身邀请,化身在线教练,带领爱运动的市民一起‘云’健身……”

“腰间的肥肉咋掉,马甲线人鱼线我想要”,影视演员刘畊宏因直播健身圈粉无数,一时间,“你做畊宏女孩了吗”成为社交口头禅……

今年,以“互联网+”为亮点开启的全民健身热潮席卷而来,覆盖面更广,吸引力更强,打破了地域限制,激发了群众居家健身、追求健康的激情。

作为这一健身热潮的领军者,由国家体育总局群体司、中华全国体育总会群体部联合部分运动项目中心、

全国性单项体育协会、全国性行业体育协会、省(区、市)体育部门和互联网平台携手搭建的全新全民健身线上赛事平台——全民健身线上运动会同样交出了一份亮眼答卷:上线仅两个多月时间,报名参与人数便已超过千万,并号召100多位奥运冠军、世界冠军、全国冠军通过宣传海报、线上竞赛、话题互动与挑战等方式引领百姓共同参与,开展了包括毽球、跳绳、冰壶、棋牌等在内的100余个项目、数百场赛事活动,探索出了高质量推动全民参与、全民共享、全民健康的新路。

与此同时,科学健身理念更加深入人心。全民健身线上运动会专门开设了“科学健身指导”栏目,刊登了大量科学健身指导视频,北京、唐山等地也积极开设全民健身科学指导大讲堂系列活动等。

党的二十大报告提出,加强青少年体育工作,促进群众体育和竞技体育全面发展,加快建设体育强国。“互联网+全民健身”,成为今年深入实施全民健身国家战略、全面推进健康中国、体育强国建设进程中的一大亮点,引领全民健身健康运动生活新风尚,提高了广大市民在全民健身中的获得感、幸福感和安全感。

### 冰雪运动成顶流

2022年,举世瞩目的北京冬奥会和北京冬残奥会成功举办,实现了中国冰雪项目竞技水平的快速提升和冰雪运动版图的大幅拓展。借助北京冬奥会的东风,全国各地开展了具有地方特色、群众喜闻乐见的冰雪赛事和活动,冰雪运动持续普及和发展,“带动三亿人参与冰雪运动”成果得

到进一步巩固和扩大。

例如,北京冬奥会后,绝大部分为冬奥会服务的场馆设施经过改造,已经有序向公众开放,成为市民在家门口日常参与冰雪运动和健身的场所。首都体育馆通过持续实施“冰雪惠民计划”,吸引了市民前去体验专业冰场;国家速滑馆“冰丝带”合理规划运营时间,既为运动员提供了专业周到的训练保障,又能让游客在这里体验“冬奥冰”;国家游泳馆全新打造了冰上运动中心,每年预计可接待10万名以上的冰上运动爱好者,并将成为向青少年推广冰上运动的重要载体……这些设施对群众的开放,大大激发和带动了人们了解并参与冰雪运动的意愿,在冬奥场馆可持续发展的同时,全民健身意识得到持续提升。

与此同时,各地冰雪运动活动同

## 看点3: 美好生活,几多花样?

2022年,人们的文化休闲比重持续上升,不少文化演出成为消费“爆款”,参观博物馆、展览馆、科技馆等文化场所也成为人们热衷的休闲选择。

### 双向奔赴 让传统文化“活”起来

2022年虎年除夕,舞蹈史诗《只此青绿》火爆“出圈”,以“展卷人”的视角讲述了18岁天才画家王希孟创作北宋名画《千里江山图》的动人故事,点燃了一波网络刷屏……

“双11”前夕,快手、河南卫视、京东三方联合推出一场文化类晚会——“国潮盛典”,通过国潮文化和科技的碰撞,让更多年轻人发现了非遗之美,全网总曝光突破60亿……

与此同时,更多“守”艺人将目光聚焦短视频和直播渠道。数据显示,过去一年,包括戏曲、乐器、舞蹈、话剧等艺术门类在内的演艺类直播在抖音开播超过3200万场,场均观众超过3900人次;濒危非遗相关视频累计播放超84亿,相比过去一年,播放量增长了60%。在抖音点赞量最高的濒危非遗项目TOP10中,除少林功夫位居榜首外,戏剧曲艺类占据“半壁江山”,其中,潮剧、粤剧、闽剧分列二三名,《四郎探母》《李商隐》《彩楼记》等潮剧唱段视频,在抖音累计播放量过亿。

借助短视频和直播,越来越多年轻人参与到非遗传承的传播进程中,“80后”“90后”年轻人正成为非遗传承主力军,在发布濒危非遗相关视频的创作者中,“80后”占31%、“90后”占28%,而观看濒危非遗的用户中,“90后”“00后”共占1/3,更多年轻人在短视频平台上看到非遗、摸到非遗、听到非遗,对非遗有所向往,助力了保护传承非遗的力量不断壮大。

今年,越来越多融于生活美学的非遗文创作品、文化演出的精彩亮相,彰显着国潮的兴起,也展示出传统文化的复兴趋势,更体现了中国文

化自信的提升。业界人士表示,非遗承载着民族的记忆,镌刻着文化的基因,可以为各种国潮产品注入鲜明的文化底色,而国潮的兴起,也为非遗的保护和传承提供了难得的机遇和载体,也将成为促消费扩内需的重要推动力量,为传统产业升级提供了契机。

党的二十大报告提出,讲好中国故事、传播好中国声音,展现可信、可爱、可敬的中国形象。这些文化内容也成为讲好中国故事的重要载体,推动中华文化更好走向世界。

### 展览焕“新” 玩转新时尚

2022中国(苏州)工艺美术博览会线上展厅近期正式上线,采用“艺数融合”方法,以3D虚拟展厅形式,展示工艺雕刻、苏绣、缂丝等工艺产品;辽宁省博物馆近日推出“乐·土”线上展览,市民可“云”赏国宝级化石,沈阳故宫博物院推出定制“云上故宫”,游客可用“数字多宝阁”360度欣赏院藏文物,还可利用小程序中的“拍照识别”功能了解沈阳故宫内历史悠久的各类古建筑……

2022年,各类文化展览呈现出与数字化、智能化结合的趋势,越来越多的文博机构在举办线下展览的同时,利用自身资源与数字技术,推出了线上观展渠道,以更灵活、生动的形式,带给人们更为丰富多样的沉浸式体验。

有专家表示,与线下展览厅相比,数字展厅从便利性、主体性、交互性、展现形式、室内空间量等各个方面都有优点。从交互性上,线上数字展厅能够灵活运用多媒体互动技术,以图文图像、短视频、3D三维模型等各种各样的媒介,不断调动游客的好奇心,根据移动电话、pc、平板、触控一体机去进行数据库同步展览设计,真正打造出了永不闭幕的虚拟陈列馆。

展望未来,“云”展览的目标观众定位将更加准确,会如同读书、看电影等休闲方式一样,融入大家的文化生活,为构建美好数字生活的新景象贡献力量。

### 走,出门去浪!

有人总结年轻人的生活方式:春天去野餐,夏天扔飞盘,秋天搞露营,冬天踩单板。今年,飞盘、露营、陆冲、骑行等休闲户外运动快速出圈。公开数据显示,6月以来,陆地冲浪的搜索量环比年初同期增长了12倍,飞盘、腰旗橄榄球、路亚钓等运动都迎来了极高的参与率。一项项户外运动的风靡,重塑了大众的户外休闲方式,全民户外的时代已然到来。

值得一提的是,这类户外休闲方式不同于以往需要长途跋涉、突破极限的专业户外运动,具有低门槛、强社交的属性,对新手较为友好,对场景的要求有所降低,在城市公园、城郊湖泊或河道即可开展,适合几个朋友一起进行。马蜂窝数据也佐证了这一观点,数据显示,“亲近自然”“兴趣社交”“休闲放松”是当下年轻人对户外运动的前三大兴趣点。由此可见,户外的爱好者对户外运动的核心诉求正在发生改变,人们更期望能从户外运动中获得休闲放松与社交的机会,用更加轻松自在的方式获得纯粹的户外乐趣,与在乎的人一起感受自然的真实和美好。

(本版报道为本刊综合)

