

19.4亿人次!国庆假期出行热度高

国庆长假将至。今年假期出行“热”吗?出行体验怎样?如何做好服务和保障工作?在27日国新办举行的新闻发布会上,交通运输部有关负责人予以回应。

19.4亿人次!大众出行热度高

踏秋赏景、遍尝美食……已经有不少人在国庆节前着手选择自己的出行目的地。今年国庆假期,将有多少人出行?

“根据我们的研判和预测,国庆黄金周假期全社会跨区域人员流动量将达到19.4亿人次,平均每天2.77亿人次。”交通运输部副部长李扬说。

假期出行有哪些特点?李扬认为,自驾出行比例会非常高。“预计国庆期间自驾出行比例将超过80%,达到15.26亿人次。”李扬说,另外的20%,将通过火车、汽车、飞机、轮船等营业性客运方式出行。

假期出行怕“堵”。李扬说,今年国庆假期出行客流高峰期将拉长,预计9月30日下午出行需求会提前释放,路网交通压力将变大。去程客流高峰将出现在10月1日,返程客流高峰在10月5日以后逐步增加。

假期出行,大家都去哪儿?李扬说,国内国际出行需求旺盛,跨省游将成为主流,预计北京、山西、上海、江苏、浙江、四川、重庆、新疆等将成为热门地区,东南亚国家将成为跨国国际旅游热门地区。在中长途出行方面,出行的热门通道主要集中在京津冀、长三角、粤港澳大湾区和成渝都市圈,各大城市进出城的高速公路、机场高速公路和通往热门景区的公路会出现短时拥堵情况。

“我们预计,国庆假期旅客的平均出行距离会比中秋增加三成左右。”李扬说。

自驾出行有更好的体验

近年来,高速公路车流量不断增长,自驾成为出行的主力,特别是新能源汽车流量呈快速增长态势。假期集中出行,如何提高大家的出行体验?

充电设施建设是首要之举。交通运输部公路局局长周荣峰列举了一组数

字:截至今年8月底,全国高速公路服务区(含停车区)累计建成充电桩2.88万个、充电停车位(充电枪)4.48万个。

周荣峰表示,交通运输部会同国家能源局等有关部门指导各地提前研判充电繁忙服务区,“一区一策”做好充电保障工作。“通过强化充电信息发布、增设移动充电设施、探索引导到对向服务区充电等举措,提升重大节假日的充电保障水平。”

在完善高速公路服务区服务设施方面,周荣峰说,为了解服务区“停车难”问题,交通运输部推动服务区设施改造提升,增加停车位数量。同时,完善第三卫生间、母婴室、无障碍设施等服务设施,强化日常保洁工作,确保服务区环境卫生整洁、服务便捷高效。

在提升公路出行信息服务水平方面,交通运输部指导各地因地制宜推进公路服务区基础设施数字化转型升级,通过数字赋能的方式,全面提升出行信息采集、发布、服务能力和水平。同时,通过不断优化升级“e路畅通”小程序,健全完善充电桩随手查、车辆阳光救援等各项服务功能,不断提升服务信息的准确性和及时性。

全力做好出行服务保障工作

19.4亿人次跨区域人员流动的服务保障工作,是对交通运输部的一次“大考”。

李扬表示,交通运输部将指导各地深挖运输潜力供给,把各方资源充分释放出来。针对热门景区、网红商圈等不同场景,要求各地制定相应预案保障运力供给。

每年假期出行,如何购票都是一大难题。李扬表示,不仅要畅通线上购票渠道,同时也要保留人工售票窗口,要为老年人、外籍人士

等在内的广大旅客出行提供针对性的关爱服务。

在外出行,更要注意安全。“我们将加大重点景区景点、枢纽场站、繁忙路段执法力量的投入,严厉查处各类违法违规行为。”李扬表示,同时将加强与气象部门的沟通共享,及时应对天气变化。

来源:新华网



中国游戏海外崛起 东京电玩展上中国元素闪耀

2024年东京电玩展26日至29日在日本千叶举行。现场随处可见中国厂商和游戏产品。不少参展人士认为,近年来中国厂商的综合实力、产品质量不断提升,未来中日有望在IP运营等方面深化合作,进一步挖掘市场潜力。

中国游戏海外崛起

东京电玩展与美国E3游戏展、德国科隆国际游戏展并称为世界三大游戏展。今年共有来自44个国家和地区的985家公司和团体参展,展台数量逾3200个,均创历史新高。其中,海外展商数量为535家,来自中国的游戏相关企业近80家。

东京电玩展海外秘书处相关负责人薛晖表示,本次中国参展企业中约10%是手机游戏厂商,占各国手游厂商总数的80%。他说,中国厂商在手游领域拥有较大竞争优势。近年来,一些开发手游的日本主机游戏公司也渐渐选择将游戏主题、IP交给中国公司合作开发。

记者在现场看到,手游展区的游戏几乎都是中国产,很多商家用中文交流。在《明日方舟:终末地》《影之刃零》等电脑游戏、主机游戏展台前,各国

玩家也排起长队,争相试玩。刚试玩过《影之刃零》的土耳其玩家卡亚奥卢告诉记者,游戏中的中国风景很美,人物动作流畅,打鬥很有挑战性。玩过中国游戏之后,自己也想去中国看看。

《影之刃零》由北京灵游坊网络科技有限公司开发。该公司市场与IP运营总监安妮说,这款游戏已经研发约两年,希望以其独特风格,让玩家体验中国武侠电影式的快意恩仇。

《明日方舟:终末地》开发商鹰角网络科技有限公司日本分公司发行总监梁伟说,近年来中国游戏公司不断开拓海外市场,相关产品在日本市场的好评度越来越高。他认为,与日本厂商相比,中国游戏公司参与的赛道更宽,在研发等方面的投入更大,未来将获得更多认可。

“黑悟空”的江湖传说

近期中国3A游戏《黑神话:悟空》在全球爆火,虽然开发商游戏科学公司未参加东京电玩展,但其盛名也在日本游戏市场广泛流传。

一款中国水墨风格武侠动作游戏在东京电玩展提供现场试玩,并于27日展览期间宣布发售。参

与游戏开发的北京梨浦工作室负责人戴宁昆表示,《黑神话:悟空》引爆全球对中国游戏的聚焦,证明中国优秀传统文化的内核价值和巨大商业潜力。

业内人士朱利辉表示,《黑神话:悟空》畅销全球让中国游戏业者备受鼓舞,大家都希望具有浓厚中国文化特色的主角能够吸引全球关注,也因为能在国际社会传播中国文化受到认同而感到自豪。

薛晖认为,近年来《原神》等游戏的巨大成功,让中国厂商的技术实力在世界范围广受认可。《黑神话:悟空》让“孙悟空”这一代表中国文化的IP形象在全球深入人心。

据介绍,参加本次东京电玩展的中国游戏厂商主要集中在“二次元”和“FPS(即第一人称射击类游戏)”两个赛道。日本是“二次元”文化发源地,且在游戏IP开发方面拥有成熟经验。薛晖说,日本拥有宝可梦、奥特曼等众多成功IP。依托中国如今强大的游戏技术实力,相信类似《黑神话:悟空》等IP将不断推出,日趋成熟。中国可与日本深化合作,相互学习。

来源:新华网