

春节黄金周消费观察

年味浓 人气旺 开门红



1月26日,游客在湖南省长沙市黄兴路步行街选购美食。



1月23日,在西安市长安区华夏优加茶影城,市民购票观影。



1月26日,游客在天津古文化街游玩时留影。

今年春节是中国疫情防控进入新阶段后的首个春节。春节“返乡潮”叠加各地出台的刺激消费政策,使得兔年春节年味浓、人气旺、消费市场“开门红”。

位于浙江省临海市的台州府城始建于晋,成于隋唐,是一座千年古城。今年春节是台州府城文化旅游区获评5A景区之后第一个农历新年。景区免费接待四方游客,推出了系列文化民俗活动。

台州府城文化旅游区商户王勇强说:“明显感觉到,生意好起来了,心里确实有信心,有很大的信心。”

在陕西的白鹿原影视城景区,以关中民俗体验为主打的春节文化大餐,配上陕西美食的腾腾香气,地道的陕西年味扑面而来。

白鹿原影视城景区讲解员杨萌说:“自2023年元旦到现在,白鹿原影视城客流量有了明显的上升。今年春节期间客流人次能达到26万人次左右,消费大概能达到1000万左右。”

携程集团数据显示,2023年春节假期

旅游产品预订量同比上涨45%,人均旅游花费同比提升53%;其中长线旅游订单占比达七成,订单量同比增长72%。

这个春节,北京、上海、武汉、济南等地知名老字号饭店年夜饭销售火爆。各地线下餐饮生意加快恢复。在长沙,各大“网红”餐馆迎来了客流量高峰。

文和友合伙人、长沙文和友总经理孙平说,“餐馆现在每天的排队数达到将近三千桌左右,我们主营的小龙虾销量已经远超疫情前。所以我们现在整个团队在2023年都非常有信心,把我们整体的销售额做到一个更高的高度。”

在美团平台上,今年标记“春节不打烊”的商家接近百万家,覆盖餐饮、景点、酒店、KTV、美发等多类服务,满足各地消费者多样化的春节消费需求。

在重庆传统风貌区山城巷,一壶煮茶,配上中式糕点,“围炉煮茶”既古朴又“出片”,成为这个春节人们过年的新风尚,也给传统茶馆带来了人气和消费。据了解,许多茶馆的营业额较去年春节增长

了七八倍。

茶馆老板舒蓉说,“大家蛮喜欢过来喝喝煮茶、看看表演,也是一种休闲的方式。春节我们不打烊,还准备了一些活动,比方说送一些糕点,任意消费就送一点春联。”

春节档电影市场历来都倍受关注。今年春节档,《流浪地球2》《满江红》《无名》《交换人生》《深海》等多部影片上映,丰富多样的影片类型吸引了大批观众走进影院。数据显示,截至1月25日21时43分,2023春节档(1月21日至1月27日)总票房(含预售)突破50亿元。上海电影家协会副主席石川认为,今年国产影片春节档是做好了准备,现有7部影片上映,类型也很丰富。片方抓住了观众的消费窗口期,所以这次票房的表现非常好。

兔年春节假期,优质供给持续发力,服务零售呈现供需两旺新趋势,餐饮、旅游、出行、休闲娱乐等多板块消费快速回暖,为提振全年消费市场、促进经济发展开好头。

冰雪火热“春满园”



1月25日,游客在哈尔滨冰雪大世界园区内游玩(无人机照片)。

春节假日期间,黑龙江省的冰雪旅游迎来旺季,省内各大景区人流如织,冰雪旅游经济显示出勃勃生机。

新春灯会游人多



人们在中华石园新春民俗灯会赏灯游玩(1月26日摄)。

春节期间,天津中华石园景区举办的新春民俗灯会吸引了众多游客。夜幕降临后,融合兔子、二十四节气等元素的各式彩灯结合现代光影变得惟妙惟肖、活灵活现。市民及游客在此赏灯游玩、“打卡”拍照,感受节日氛围。

人鸥共处享和谐



1月26日,游客在青岛栈桥景区观赏海鸥。

春节假期赏海鸥是众多青岛市民的“保留节目”。据了解,从1994年青岛启动“挽留海鸥行动”以来,当地海岸生态环境不断改善,人们爱护动物的意识也在逐步增强。目前,来青岛的海鸥种类已达20多种,数量超过10万只。

多措并举助返岗



1月27日,在榕江县城北新区体育馆广场,人们有序上车准备外出务工。

近日,劳务输出大省贵州及早谋划,有序引导农民工外出务工,采取点对点联系省外大中型企业、包列车客、提供自驾补助等方式,强化农民工就业服务保障,多措并举助力农民工就业。

本版文图据新华社

北京春节假期 消费市场有序回升

记者1月27日从北京市商务局了解到,春节假日期间,重点监测的百货、超市、专业专卖店、餐饮和电商等企业实现销售额50.9亿元,恢复至去年同期(农历日,下同)的98%,较2019年增长13.2%。北京全市60个重点商圈客流量2531.1万人次,恢复至去年同期的88.7%。

据统计,春节期间,北京全市共推出千余项促消费活动,其中“年货节”“冰雪节”“年味食足年夜饭”等市级活动30余项,“潮朝阳”“乐购副中心”等区级活动80余项,各类市场主体活动近900项。如“潮朝阳”主题活动串联14号线商业带、亮马河国际风情水岸沿线商圈、CBD商圈等重点区域,开展兔年新春多彩促消费活动。

记者了解到,各级政府还通过发放消费券拉动消费复苏。西城区“精彩年货”上线百万消费券,亦庄“约惠新春乐购亦城”联动商圈派发千万优惠券等。

在北京的重点商圈,多元消费庆新年活动推动客流有序回升。王府井商圈开展50余项商业文化贺新春,合生汇推出祥狮表演、福禄寿喜财玩偶巡游等。假日期间,大兴机场商圈、前门大柵栏商圈、西红门商圈客流量同比分别增长99.5%、45.1%、31%。春节假期还激发冰雪消费升温。途家民宿数据显示,北京地区滑雪主题民宿预订量同比增长近7倍。京东数据显示,户外配饰、运动羽绒服销售额同比分别增长47.1%、30%。

2023年春节假期 国内旅游出游3.08亿人次

文化和旅游部27日公布2023年春节假期文化和旅游市场情况。经文化和旅游部数据中心测算,今年春节假期全国国内旅游出游3.08亿人次,同比增长23.1%。实现国内旅游收入3758.43亿元,同比增长30%。全国文化和旅游市场总体安全平稳有序。

数据显示,在落实好安全生产和疫情防控要求前提下,10739家A级旅游景区正常开放,占全国A级旅游景区总数的73.5%。全国共举办群众文化活动约11万场,参与人数约4.73亿人次。243个国家级夜间文化和旅游消费集聚区客流量5212.2万人次,平均每个集聚

区每夜3.06万人次。

据不完全统计,春节期间免费开放A级旅游景区1281家,占全国A级旅游景区总数的9%,其中62家5A级旅游景区实行免费。春节假期全国营业性演出共9400余场次,较2022年同比增长40.92%,比2019年增长22.5%,票房收入3.78亿元,观演人数约323.8万人次。各地开展非遗传承实践活动10522场。

春节假期,各地举办丰富多样的文化和旅游活动,迎春氛围浓厚,受到当地民众和游客欢迎。多地聚焦“不夜城”特色,激发夜间消费活力。

中国连锁经营协会调查显示

超市行业经营回暖 线上销售增长显著

中国连锁经营协会近日发布的《2022超市业态调查快报》显示,2022年,超市行业经营表现回暖,样本企业销售同比持平及正增长的企业占55.7%,高于2021年32.9%的占比;净利润同比持平及正增长的企业占52.9%,高于2021年27.8%的占比。

调查快报显示,2022年,44.3%的企业销售同比实现正增长,比2021年高出15.2个百分点;11.4%的企业销售持平,比2021年增加7.6%;负增长的企业为

44.3%,比2021年减少22.8%。

线上销售对企业销售增长贡献显著。2022年,82.9%的超市企业线上销售同比实现正增长,45.7%的企业线上销售同比增速超过20%。

调查快报显示,2023年,更多企业选择在保持现有体量的基础上改造升级设施设备,侧面反映出企业对未来发展更趋乐观。此外,更多企业表示将把工作重点放在线上业务拓展、线上线下深入融合及提升商品竞争力等方面。