

习近平总书记春节前夕赴天津看望慰问基层干部群众时指出:“各级党委和政府要加强节日期间民生商品的产销保供,确保数量充足、品类丰富、质量可靠,让广大群众放心消费、快乐过年。”

大年初三,上海南京路、湖北武汉江汉路、广东广州北京路等步行街人气满满,年味浓浓。商务部大数据监测显示,商圈客流大幅攀升。除夕,全国示范步行街客流量、营业额同比分别增长26.9%和21.7%。中国商业联合会数据显示,2月份中国零售业景气指数为51.2%,较上月上升0.3个百分点。

满当当的观影厅,红彤彤的打卡墙,“看完电影,拍张龙年合影”,甘肃兰州市城关区百安概念影城从早场热闹到夜场。截至2月12日12时38分,春节档电影总票房(含预售)超30亿元。

满满的购物车,稳稳的“菜篮子”,精彩的节目单,新春消费丰富多彩、市场供需两旺。

消费市场红红火火

龙年春节,走进各地集市、商超,大红的灯笼、福字,中国结将新年的氛围感拉满,各色百货、礼盒、特产摆满货架。打开手机,电商、餐饮店“春节不打烊”,促销活动热热闹闹。

“瓜果蔬菜种类丰富,当天吃当天买、新鲜。”大年初三一早,安徽淮南市田家庵区居民岳芳来到家附近的联华超市选购。超市经理徐同向介绍:“虽然年前赶上了雨雪天气,但我们提前备货,切实保障生活必需品不断供、不脱销,严格明码标价。”

“过年一家人一起吃顿热气腾腾的火锅,方便又热闹。”山东青岛市李沧区居民王淑芳在海底捞“海鲜工坊”特意点了一条全头全尾的鱼,寓意年年有余。该店经理赵帅说:“春节假期是餐饮旺季,生意非常好,位置早早订出去了。”

实物与服务消费火热。“菜篮子”“米袋子”“果盘子”供给充足,堂食、外卖、半成品选择丰富,美睫、美甲、美容“三件套”生意走俏,庙会、灯会、舞龙花会绚丽多彩。实物消费和服务消费两翼齐飞,消费市场展现出旺盛活力。中国饭店协会会长陈新华说:“餐饮等行业对2024年春节市场很有信心。”

“自制辣椒酱,便宜实惠。”“赣南脐橙10元3斤。”大年初三,江苏句容市后

白镇后白村集市上,商品琳琅满目,叫卖声此起彼伏。“今年大集上新添置了一些智能小家电。”在外打工返乡的59岁村民夏月明带着孩子逛大集,感受浓浓的年味。

城市和乡村市场两旺。品质化、个性化、网络化消费,成为越来越多农村居民的新追求。随着农村居民生活水平提高、消费理念转变,农村消费呈现升级趋势,展现出我国消费市场的巨大潜力。

“初二下单,初三就送到了。如果着急还可以选当天速达。”上海徐汇区居民周琳网购了孩子爱吃的小零食,“食物一般不囤货,随吃随买。”

线上与线下有机融合。春节假期,各大平台、电商“不打烊”,即时零售即买即达、方便快捷。线上线下有机融合持续激发消费活力。商务部大数据监测显示,大年三十,我国部分重点大型连锁超市即时零售销售额同比增长约20%。

春运以来,国铁郑州局郑州东站的客流量增幅明显。为了让旅客在高铁上享受更加多元、更高质量的餐饮服务,国铁集团12306延续了网上订餐服务。据测算,今年春运,郑州东站日高峰餐饮订单量将达1.1万至1.2万单。

红彤彤的春节市场,热乎乎的年味烟火,见证着消费市场的旺盛活力。

■ 林丽鹏 罗珊珊 姚雪青

新春消费「开门红」



图①:2月16日,游客在四川省内江市市中区川南大草原景区体验乘坐热气球。
图②:2月16日,小朋友在重庆市酉阳土家族苗族自治县桃花源景区学织土家织锦。
图③:2月18日,小朋友在贵州省贵阳市云岩区益田国际影城选购电影票。
图④:2月18日,观众在贵州省贵阳市云岩区益田国际影城商场时讨论剧情。



新型消费蓬勃发展

“近年来,以绿色、健康、智能等为代表的新型消费蓬勃发展,成为消费增长的重要引擎。”商务部副部长盛秋平说。观察今年老百姓的年货购物清单会发现,随着生活方式的变化,消费需求也发生了变化,春节消费呈现很多新趋势,折射消费新亮点。

追求绿色健康。“带给奶奶的稻香村是无糖的,买给爸妈的钙片是加了氢糖保护关节的,给小侄子的糖果是更加健康的纯黑巧克力。”在北京读书的于遥遥回广东老家过年,采购年货时特别注意是否是健康类产品。人们的消费理念正发生变化,无糖糕点、保健礼盒、低脂零食等商品销售快速增长,节能家电、低碳出行等绿色产品和服务广受欢迎。

彰显文化特色。布偶龙可爱萌动、龙头帽威风凛凛、龙挂件小巧玲珑……造型独特的各类“龙元素”文创产品在江西鹰潭市信江新区天虹商场热卖。“年轻人成为年货消费的‘主力军’,年货也要

随之‘进化’,国潮点心、新颖文创等新潮产品更受欢迎。”商场营销经理陈雅丽介绍,初一到初三商场日均客流量超5万人次,同比增长62%。甲辰龙年,饱含传统文化特色的国货、国潮、国韵产品成为各地春节市场“新宠”。

青睐科技智能。“给家里买了拖地机器人。”黑龙江鹤岗市工农区居民何莹初二回家,教母亲如何用手机操作智能拖地机。随着我国数字经济的蓬勃发展,智能消费增长较快。拖地机、洗碗机、智能门锁等成为家居生活的畅销品,智能手表、无线耳机、智能眼镜成为可穿戴设备的“三件套”。未来,数字经济还将推动消费新业态、新模式、新场景不断涌现。

节日消费是观察消费趋势的重要窗口。2024年是商务部确定的“消费促进年”,将坚持“政策和活动”双轮驱动,顺应消费新需求,积极发展数字消费、绿色消费、健康消费、国货“潮品”等新的消费增长点,进一步扩大国内需求。

持续释放消费潜力

“满60元减20元,春节假期门票还有优惠,真好。”陕西西安市市民王德友抢到消费券,大年初三带着孩子穿上唐装游玩大唐芙蓉园。

春节假期,有关部门及各地针对消费需求,结合地域特色推出一系列促消费活动。

由商务部等多个部门共同指导举办的“2024全国网上年货节”1月18日启动,一直持续到2月17日。各地在春节假期将发放超6亿元的文旅消费惠民补贴,让消费者开心看演出、逛景区、品美食、住酒店、居民宿。辽宁沈阳市2月10日至2月29日分3轮发放3000万元消费券;吉林将发放餐饮、文旅、汽车家电等专用消费券;江苏多个景点在春节假期门票半价或免费……政策助力、市场升温。

春节假期,各地市场监管部门持续优化消费环境,让百姓放心消费。

“我们强化价格数据采集,密切关注价格波动趋势,提高市场巡查频次。对群众反映集中、社会高度关注的问题,立即检查,及时回应。”2月12日,广东清远市市场监管管理局价格监督检查与公平交易科科长胡猛来到华润万家赢之城店检查时介绍。

国家市场监督管理总局部署开展春

节假日重要民生商品稳价保质工作,特别是对节前受低温雨雪天气影响的地区加强价格波动监测。同时,严把食品和质量安全关,守住消费安全底线。

春节假期,内外资企业共同发力国内市场。

在江苏南京市浦口区农创园,鲜切花、花球、蜡球等五彩斑斓。“这款朱顶红谐音‘注定红’,春节销量特别好。”南京艾莫生物科技有限公司总经理朱堃说。

在河南鹤壁市首家星巴克门店,不少消费者春节假期前来打卡。“目前,星巴克在中国内地市场的店数已突破7000家,有望在2025年实现9000家门店的目标。”星巴克全球首席执行官纳思瀚说,星巴克看好中国市场的巨大潜力,并将持续投资。

江西萍乡市打造步行街“年货节”,花果、糖龙、春联等商品琳琅满目,满足市民“一站式”采购需求。

“消费是中国经济发展的一面镜子,春节市场供需两旺折射出中国经济持续回升向好的态势。”南京大学产业经济系系主任吴福象说,“要进一步增强消费能力,改善消费条件,创新消费场景,使消费潜力充分释放出来。”

(据《人民日报》)

引言

国内旅游出游4.74亿人次,同比增长34.3%;国内游客出游总花费6326.87亿元,同比增长47.3%;春节假期全国营业性演出票房收入7.78亿元,同比增长80.09%;餐饮市场火爆,国潮消费迎来新高潮……2024年春节假期交出了一份“开门红”的消费成绩单。

节日消费是观察经济的重要窗口,成绩单上的亮点被看作消费的重要增长点。更加追求绿色健康、更加凸显个性多样、更加彰显文化特色、更加青睐科技智能,正在成为消费市场发展新态势、新趋势、新业态。顺应发展趋势,丰富市场供给,创新消费场景,激发消费潜能,定能更好满足人民群众对美好生活的向往,让高质量发展引擎更强劲、活力更充足。

节日消费折射经济活力

■ 熊丽

龙腾虎跃庆新春,红红火火中国年。商务部发布数据显示,自农历腊月初八启动“全国网上年货节”以来,网络零售额近8000亿元,比2023年同期增长接近9%,实现2024年网络消费“开门红”。相关平台数据显示,春节期间旅游消费预订量较2023年增长约7倍。

大街小巷张灯结彩,商场超市人头攒动,乡镇大集年味浓厚,线上购物热火朝天。春节是我国重要的传统佳节,也是居民消费旺季。从春节消费这扇窗口,可以观察中国经济的韧性与活力。

满满“购物车”,折射经济活力。一代人有一代人的年味,如今人们的年货采购清单上,早已不再是瓜果糖茶“包打天下”。智能手表、无线耳机、户外运动装备、美容仪、智能小家电等绿色健康、科技智能的商品,受到年轻人青睐;哈尔滨红肠、锡林郭勒羊肉、金华火腿、五常大米、江西山茶油……天南海北的不同风味在餐桌上碰撞;得益于跨境物流和跨境电商的发展,智利车厘子、挪威三文鱼、厄瓜多尔大虾、法国红酒等“洋年货”带来别样“年味”。北上滑雪、南下冲浪、观剧看展、赏花观灯,文体旅融合让节日更喜庆、更欢快;国货、国潮、国韵产品成“新宠”,龙年生肖产品、非遗年画、拜年服、虎头帽、马面裙等传统文化产品走俏,拜年表情包、壁纸、红包封面等“电子年货”不断上新,满满仪式感中彰显文化自信。

政策“组合拳”,释放消费潜力。部门结合春节消费特点,启动为期一个月的“全国网上年货节”,围绕“数字、健康、绿色”做文章,引领消费活动新时尚。文化和旅游部组织开展“欢欢喜喜过大年”2024年春节主题文化和旅游活动,涵盖惠民文艺演出、非遗体验展示、旅游休闲消费、文博展览展示等多个领域。各地紧扣节日需求,开展各具特色的促销活动。比如,围绕家居消费,天津等地开展家具家电直播专场、特卖补贴等活动;围绕国潮消费,浙江等地开展“非遗年货节”等活动,推出更多国货“潮品”;围绕场景体验,陕西等地开展“夜长安潮长安”等活动,全方位提升消费体验。春节期间,多地还发放面向文化旅游、百货餐饮、汽车家电等领域的消费券,进一步激发节日经济效应。

新春“开门红”,带动“全年红”。消费是最终需求,既是生产的最终目的和动力,也是人民对美好生活需要的直接体现。2023年,消费成为经济增长的主动力,社会消费品零售总额创历史新高,餐饮收入首次突破5万亿元,最终消费支出对经济增长贡献率达82.5%。我国拥有超大规模市场,消费规模稳步扩大、结构持续优化、业态不断丰富趋势没有变。从热气腾腾的年货消费、火爆的酒店民宿等情况看,全年消费的整体表现值得期待。

火热的消费热情,需要周到的呵护。春节期间,各地各部门做好“米袋子”“菜篮子”“果盘子”等重要民生商品的保供稳价工作,严把食品和质量安全关,加强价格波动监测,强化价格监管执法,为群众放心消费、开心过年提供了保障。(据《经济日报》)

延伸阅读

从合家欢到“返乡观影”“边游边看”

龙年春节档电影消费呈现新气象

■ 许晓青 王 鹏 魏婧宇

2月16日中午,距离春节8天长假收官尚有1天多时间,2024年春节档电影票房便已突破70亿元大关。

灯塔专业版最新数据显示,龙年春节档电影消费,三四线城市十分活跃。业内人士认为,这个春节档不仅电影佳作多、人气旺,大量观众也随着春运客流“下沉”到二线及三四线城市,形成了“返乡观影”“边游边看”等新趋势。

返乡客、出游潮青睐就地观影

从上海出发,自驾车回安徽阜阳过年的李媛一家,大年初一在阜阳万达影城观看了《飞驰人生2》。“人特别多,几乎满座了,不亚于平时上海热门的周末场次。”李媛说。

“内蒙古博物院对面,就是一座影城。”来自重庆的游客陈思宇一家选择在呼和浩特旅游过年,大年初五这天走进博物馆,看玉龙、龙首青铜灶等,午餐后又马不停蹄“转战”电影院。

在海南,各地游客春节期间在享受自然风光的同时,也偏爱走进影院过把瘾。在文昌、万宁等三四线城市,

部分热门场次电影一票难求。

根据2月10日至14日春节假期前五天的灯塔专业版数据,三四线城市成为活跃的观影主体。目前,三四线城市春节档票房份额突破54%,明显高于2023年的50%。

电影消费“下沉”激发市场活力

龙年春节档电影票房由《热辣滚烫》《飞驰人生2》一路领跑,《熊出没·逆转时空》《第二十条》紧随其后,加上《红毯先生》等影片的加入,整个档期热闹非凡,全国各大院线开足马力,尽可能加排场次,服务观众多元需求。

今年春节,我国一线城市以外的市场,电影消费非常活跃。根据灯塔专业版统计,全国单体影城票房前十名中,安徽阜阳万达影城多日位居前列;全国票房前五名的城市中,出现了苏州、青岛等热门旅游目的地。

“春节黄金时段,位于大城市市中心的影院人气,未必高于三四线城市的影院人气。”上海UME影城新天地店店长卢瑛分析,“返乡观影”近年来已成为不少“90后”乃至“00后”的新年俗,过去是合家欢,现在也可以是与儿

时的同学、朋友聚会,从UME影城的全国市场看,返乡潮带动了三四线城市的观影消费。

电影消费正与各地的“文旅热”融合在一起,呈现“边游边看”新气象。《熊出没·逆转时空》在三四线城市的票房份额超过六成,可见春节档依然是显著“下沉”的档期,相关市场活力十足、大有可为。灯塔专业版数据分析师陈晋说。

近年来,国内影院及银幕资源进一步“下沉”,且东、中、西部分布均衡性增强,覆盖到了更多三四线城市,放映设备也更新换代,以更好满足春节档的大容量需求。比如阜阳万达影城设计容量为“每日可接待观众上万人次”,为“返乡观影”“边游边看”人群提供了好去处。

让“春运潮”“文旅热”更好赋能电影产业

春运期间我国数十亿人次的流动规模和各地兴起的“文旅热”,都为龙年春节档电影市场注入新动能。

如何让电影市场的档期热点化为长期热度?多地正在考虑依托“春运

潮”“文旅热”,赋能电影产业提质增效。

江苏省的苏州、南京、南通位列今年全国春节档城市电影票房榜前列,当地正在积极促进文旅资源与电影院线的有效衔接。今年全国冬季运动会举办地内蒙古自治区,也在探索将“冰雪旅游热”“生态旅游热”与电影消费更好融合。

今年春节档观影人次在全国名列前茅的上海,一方面正在探索让著名景区新天地、徐家汇、五角场等与当地影院联动,另一方面也在尝试引导热情观众赴取景地旅行,进而带动“文一商一旅一体一会”加速“跑”起来。上海市电影局介绍,围绕《飞驰人生2》等热门影片取景地,正在探索开展“微游”“旅拍”等服务。

“让文旅‘网红’变文化‘长红’,电影产业是一个绝佳载体。”上海市社会科学界联合会党组书记、专职副主席王为松分析,在追求影片内容高质量的同时,创造条件让大中小城市的市民和游客都能享受到更加丰富、均衡的电影资源,有助于增强产业发展的品质和韧性。

(据《新华每日电讯》)