

中秋国庆长假：“堵堵堵”与“人从众”重演意味着什么？

如果说高速公路再现“堵堵堵”，旅游景区重返“人从众”不能完全概括刚刚结束的中秋加国庆双节的火热，那么还可以加上一组数据：6.37亿人次国内出游，全国零售和餐饮重点监测企业销售额约1.6万亿元……

人气、消费能力远超预期，新型、升级市场趋势不断涌现。这个假期发生的种种故事，既关乎中国疫情防控的成功经验，也折射出中国经济的复苏与畅通国内大循环的重要性。

节庆：活动突出家国同庆

双节重合举国同庆，各地纷纷推出各类红色主题活动，唱响“我和我的祖国”主旋律。

10月1日，鲜艳的国旗在各地冉冉升起，映照着人们肃穆、凝重的面庞。武汉市金银潭医院院长张定宇带领医护人员高唱国歌。

从武汉到长沙，从辽宁到新疆，各地纷纷开展“快闪”活动，献礼新中国71岁生日。在北疆草原，节日欢歌响起，马头琴声传递着人们的祝福；在河北保定，数万人到晋察冀边区革命纪念馆参观，接受革命传统教育和爱国主义教育。

驴妈妈旅游网发布的报告显示，红色旅游游客人数增幅较大。尤其是假期前两天，红色旅游相关咨询和预订量较今年端午节假期增长超出3倍。

此外，今年国庆档上映的《我和我的家乡》《夺冠》等电影，以怀念家乡、热爱祖国为主题。中国电影制片人协会理事长明振江说，这些作品体现了民族精神和爱国主义精神。

疫情防控：安全措施渗透各个环节

记者了解到，“十一”期间，全国各地严格执行疫情防控的相关要求，我国持续无新增本土确诊病例。

“限量、预约、错峰”成为各地旅游景区的标配。四川在各类文旅场所继续推行“三多两有”措施，即配备工作人员多、入口设置多、检测点位多、有疏散场所、有隔离场所，保证有充足的工作人员维护现场秩序，提升服务质量。

这个假期，大片集体登



游客1日在湖北武汉黄鹤楼景区观看演出



游客4日在福建省武夷山风景名胜区排队登山游峰



人们5日在上海外滩观赏灯光秀

场，各大影院都在坚持防疫工作不放松。在北京市的一家影院，记者看到在自动售票机前排队的观众都戴好口罩，并自觉保持距离；观看3D影片的观众需自己购买3D眼镜，不能重复使用。电影结束后，工作人员会立即对影厅进行充分清洁与消毒。

防疫虽是规范操作，但管理细节却透露出灵活与温暖。近日，无锡火车站专门为使用老人机、没有微信和手机的旅客开辟了一条服务通道，引发众多网友点赞。

出行：多地高速重现“堵堵堵”

虽然仍保持疫情防控的谨慎，但假日期间人们出行的热情堪称“火热”。记者

从交通运输部获悉，10月1~8日，全国铁路、公路、水路、民航日均发送旅客6211.5万人次。

“憋了大半年，明知可能遇到拥堵也必须出门。”许多受访者说。据交通运输部有关负责人介绍，节日期间，人民群众返乡探亲、旅游出行需求较为旺盛，道路客运量与假期前相比增幅明显。

假期交通十分突出的一个特点，是受新冠肺炎疫情、高速公路通行免费、铁路（高铁）运能相对充足等因素叠加影响，客流向私家车、铁路分流明显。久违的车辆“堵堵堵”场面纷纷重现。

“高速公路交通拥堵”的新闻持续上榜网络热搜，很多人在社交平台晒出“车流水泄不通排长龙”“人在

堵途各种搞笑”的图片、视频。

有网友幽默自嘲，堵了一宿没出城，“高速上顺便看了个日出”。有的趁堵车期间下车运动、遛狗、拉琴……

高德地图发布的《2020国庆出行报告》显示，10月1~7日，全国高速拥堵里程占比同比上升66%。粤港澳大湾区高速拥堵程度最高，长三角次之，成渝地区和京津冀地区分列三、四位。

旅游：景区重演“人从众”

双节期间，多个景区游客“爆棚”，上演“人从众”景象。经中国旅游研究院（文化和旅游部数据中心）测算，8天长假期间，全国共接待国内游客6.37亿人次，按可比口径恢复79.0%；实现国内旅游收入4665.6亿元，按可比口径恢复69.9%。

很多人在有限的假期还是选择传统热门景区。数据显示，黄山、张家界、峨眉山等传统热门景区依然是人们出游的热门目的地，北京、上海、贵州、陕西等热门地区接待游客总数约2.26亿人次，约占全国总接待人次的1/3。

旅游的复苏，没有什么比湖北景区的旺盛人气更具说服力的了。据悉，湖北30家重点景区累计接待游客207.11万人次，实现旅游综合收入2.05亿元。黄鹤楼位列国内景区热度榜首位，曾作为方舱医院的武汉体育中心恢复对外开放，运动场地全部约满。

值得关注的是，假期中，显著回暖的旅游市场明显表现出消费升级的态势，

个性与质量成为游客的重要诉求。

携程发布的《中秋国庆假期旅游大数据报告》显示，国内游向休闲度假转变已成趋势，深度游、自驾游、定制游等更加“火热”。节假日期间租车自驾游的人数和消费额均创下历史纪录，租车量同比增长50%，私家团同比增长100%。

此外，往年每到假期，常常有游客投诉一些商家乱涨价、“黑导游”坑人等损害消费者权益的现象，但今年这类情况大大减少。专家表示，这是各地景区严格管理、加强治理的结果。

消费：日均销售额超过去年黄金周

长假期间，消费回暖态势凸显。据商务部监测，10月1~8日，全国零售和餐饮重点监测企业销售额约1.6万亿元，日均销售额比去年“十一”黄金周增长4.9%。假期前7天电影票房近37亿元，取得历年国庆档票房第二的成绩。

亮眼的数字离不开多部门和地方的政策助力。各地深入组织“消费促进月”系列活动，推出惠民让利等举措，大手笔发放汽车、家电、餐饮等补贴和消费券。北京以“国潮、国货、国风、国韵”为主线促消费，陕西组织近2000家商贸流通企业、举办60多场大型促消费活动，长沙“夜星城”消费节参与企业近万家，带动销售额同比增长近30%。

游客“买买买”热情高涨。海南离岛免税购物异常活跃，吸引境外消费回流效果明显。黄金周前7天，海口、三亚、琼海等4家免税店零售额同比增长167%，

免税购物人次同比增长64%。

餐饮、休闲等服务消费也快速升温。四川部分老字号、网红餐饮人流量同比增长10%至20%。广州到店餐饮订单量同比增长超30%。美团发布的《2020“十一”长假生活消费报告》显示，“十一”长假前4天，夜间消费全面增长，夜间餐饮消费同比增长去年“十一”增长超过三成。

一些新的市场趋势令人瞩目：

——网络购物、直播带货、网上订餐、定制旅游等新型消费在黄金周期间不断蓬勃壮大。辽宁餐饮零售企业通过直播线下引流、线上平台带流等方式，网上消费占比超过20%。大型网络平台密室逃脱、VR游戏、汉服体验等新型消费订单量同比增长58%。

——95后和60岁消费群体崛起。

根据最新的《阿里巴巴2020“十一”假期消费出行趋势报告》显示，95后首次成为国庆出游的主力军，占比30%，排名第一。

在数字生活服务领域，主要用户群体虽然是年轻人，但一老一少两个年龄群体也在“异军突起”。美团报告显示，“十一”期间，美团App的20岁以下用户和60岁以上用户增长最快，60岁以上用户数量同比增长超过8成，20岁以下用户同比增长65.3%。

——数字生活下沉。

数字生活服务正在从大城市向中小城市渗透。数据显示，“十一”期间五线城市美团订单量同比增长最高，上涨29%，其次是四线城市增长23%。

（据新华社报道）

中国长城资产管理股份有限公司内蒙古自治区分公司与李懿轩债权转让暨债务催收联合公告

根据中国长城资产管理股份有限公司内蒙古自治区分公司与李懿轩签署的《债权转让协议》，中国长城资产管理股份有限公司内蒙古自治区分公司将鄂尔多斯市腾跃煤炭运销有限责任公司债权（包括对公告所列借款人及担保人享有的主债权及借款合同、担保合同和其他相关协议项下的全部权利）依法转让给李懿轩。中国长城资产管理股份有限公司内蒙古自治区分公司与李懿轩联合公告通知各借款人、担保人以及债权人、担保人因各种原因发生更名、改制、歇业、吊销营业执照或丧失民事主体资格等情况的相关承债主体或清算主体，转让资产情况如下：

基准日：2020年7月31日

序号	借款人名称	本金	利息	垫付费用	担保人（含保证人、抵押人等）
1	鄂尔多斯市腾跃煤炭运销有限责任公司	8,790,000.00	638,458.27	6,000.00	抵押人：鄂尔多斯市卓越工贸有限公司 保证人：鄂尔多斯市东胜区万轩商砼有限责任公司、鄂尔多斯市东胜区龙华久泰房地产开发有限公司、李懿华、聂永华、聂伟、杨丽

李懿轩作为上述债权的受让方，现公告要求公告清单中所列包括但不限于债务人、担保人及其清算义务人等其他相关当事人，从公告之日起立即向李懿轩履行主债权合同及担保合同约定的还本付息义务或相应的担保责任（若借款人、担保人因各种原因发生更名、改制、歇业、吊销营业执照或丧失民事主体资格等情形，请相关承债主体、清算主体代为履行义务或承担清算责任）。

特此公告。

中国长城资产管理股份有限公司内蒙古自治区分公司
李懿轩

2020年10月12日