

春节消费盘点:8400亿花哪了?

8400亿元——这是2017年春节黄金周期间,我国零售和餐饮企业实现的销售总额,这个数字比去年春节黄金周增长了11.4%。

这么多钱花在哪了?从中可以看出怎样的消费趋势?商务部2日发布的数据,告诉了我们春节消费的路线图。

买什么:年货促销花样多

各地商务主管部门和广大商贸企业精心举办了形式多样的促消费活动,繁荣节日消费市场,让百姓欢喜热闹过大年。

四川启动“2017川货新春大拜年”系列活动,百企千店名品大联展,营造“品川茶、饮川酒、吃川菜、购川货”的年货促销氛围。陕西举办“2017年新春年货购物节”,开展了新春庙会、灯会、特色美食展等活动。山西抢抓节日旺销时机,积极开展丰富多彩的促销活动,重点企业客流量同比增加6.9%。

一些电商平台纷纷推出线上年货节、春节期间不打烊等活动,线上购买、年货送到家成为新时尚、新趋势。

商务部数据显示,春节黄金周期间,安徽、云南、广西、湖南、青海重点监测商贸企业销售额同比分别增长15.5%、12.7%、11.8%、11.5%和11.3%。

用什么:绿色商品受追捧

春节期间,传统年货、绿色食品、应季服装、金银首饰、智能节能家电、新型数码产品等商品热销。

商务部数据显示,春装上市,服装市场现销售热潮,郑州王府井、洛阳泉舜、武汉群光服装销售额同比分别增长86.1%、43.8%和28.2%。

鸡元素金银首饰备受追捧,甘肃、河北、安徽重点监测企业金银首饰销售额同比分别增长15%、12%和10.8%,北京菜百商场每天售出鸡年生肖饰品400余件,销售额同比增长8%以上。

智能电视、节能冰箱、空气净化器家电走俏,青海、山东重点监测企业家用电器销售额同比分别增长30%和19.5%。智能手机、平板电脑等数码产品成年货新宠,郑州大商新玛特、洛阳王府井通信产品销售额同比分别增长66.7%和15.9%。

吃什么:网络订餐显个性

团圆家宴、亲朋聚餐成为春节餐饮市场主角,凝聚亲情的年夜饭预订火爆。“中华老字号”全聚德、便宜坊、狗不理等年夜饭一桌难求,安徽同庆楼营业额同比增长近50%。

大众化、有特色、亲民实惠的餐饮受到消费者青睐。数据显示,河南一些餐饮企业推出的600元平价包桌套餐深受欢迎,天津60余家餐饮企业推出的地道津菜、陕西回坊文化风情街打造的特色美食,受到广大食客好评。

“互联网+”引领餐饮消费新时尚,网络订餐成为消费者的个性化选择。北京同和居外卖盒装年夜饭营业额同比增长近50%。春节黄金周期间,安徽、云南、新疆重点监测餐饮企业营业收入同比分别增长29.5%、22.3%和19.3%。

玩什么:文化休闲年味浓

看电影、赏话剧、观民俗、逛庙会、玩冰雪等成为人们欢度春节的热门选择。

统计数据显示,春节前4天全国电影票房超过24亿元,总票房超过去年,其中正月初一票房创下单日历史新高。北京推出19场庙会和21场精彩艺术展,地坛和龙潭庙会前5日共接待游客161万人次。

“南下避寒、北上赏雪”是今年春节国内游客主要流向,海南前5日52家A级景区共接待游客200余万人次,河北、黑龙江等地举办冰上碰碰车、雪地拔河、冰车接力、趣味冰壶等各式冰雪活动。出境游依然火爆,预计春节期间出境游客达到600万人次。

各地图书馆、博物馆活动丰富多彩,国家图书馆举办“同筑中国梦·共度书香年”春节系列活动,推送以楹联为主题的,新春文化“大礼包”;吉林图书馆举办《年画是年俗文化》等系列文化讲座活



动,吸引大批群众前往“充电”。

商务部研究院流通与消费研究所副主任陈丽芬说,随着扶贫增收政策深入推进,更多人的收入持续增加,百姓更敢、更想花钱来提升生活品质。春节是一年消费的黄金时期,也是洞察未来消费趋势的一个窗口,可以看出消费者越来越注重品质、崇尚健康、追求时尚、彰显个性的表现,也可以推动企业加快供需适配。

新春还有哪些新气象?

●2亿人次低碳出行

环境保护部监测数据显示,除夕到正月初二上午,受燃放烟花爆竹影响,中部、京津冀及周边、西部、华南及东北部分地区空气污染状况仍较严重,但有些城市也已出现烟花爆竹燃放数量减少的迹象。

据北京市政府烟花办介绍,截至初五晚,全市共销售12.2万箱烟花爆竹,同比下降30.3%。燃放总量与持续时间比往年减少。另据了解,合肥市今年过春节期间烟花爆竹销量也出现骤降。

今年春节,蚂蚁金服推出新应用“蚂蚁森林”,能将使用者通过公共交通工具“绿色出行”行为换算成碳减排量,在该应用中

表现为“蚂蚁森林”“浇水种树”。据该应用数据,春节期间每天至少有2亿人次为“蚂蚁森林”“浇水”,日均碳减排量相当于种树2.4万株。

中国人民大学法学院副教授王旭认为,更多人选择用更绿色环保的方式来度过春节,一方面说明社会公众的节庆理念趋向更加环保、文明,同时也说明我国现实环境质量压力已开始传导到每个社会大众。随着绿色理念植根全社会,我国环保法制效能将得到提升,节庆污染的缓解好转也将带动社会环保行动更上层楼。

●280万车主分享空座

据统计,2017年春节期间全国铁路共发送旅客5199.3万人次,同比增加421.6万人次,增长8.8%。春运单日旅客发送量和春节期间旅客发送量均创历史新高。

除了传统的“铁公机”交通出行方式,今年春节共享出行方式也越来越受到青睐。滴滴顺风车数据显示,1月13日至2月2日,全国有280万车主参与空座共享,累计运送420万人次,大致相当于在铁路既定运力的基础上,增开1900余列绿皮火车或者近6000列8节动车组。除夕之夜,有高达7万名乘客搭乘顺风车回家。滴滴顺风车给出的数据显示,2017年春运有840

万人次通过搭乘顺风车的方式出行。

每到春节,人口大迁徙。360“空城大数据”显示,全国空城率最高三大城市分别是东莞69.26%、佛山62.92%、广州61.36%。而北京与上海则未能挤进前五,分列第八与第六。

数据显示,2017年春节成为国民外出过年最火爆的一年。国家旅游局数据中心对全国60个样本城市开展的《中国大陆居民出游意愿调查》显示,一季度我国居民出游意愿为82%,接近半数居民选择春节期间出游,出游意愿高。据国家旅游局数据中心测算,春节7天长假国内旅游接待人次将达3.44亿人次,同比增长13.8%。

重庆交开投城市交通研究院院长王有为认为,随着分享经济模式的兴起,顺风车、租车旅游等共享出行方式日益成为居民出行的新选择。相较于“铁公机”的“大块头”,共享出行方式既为春运减轻压力,又让老百姓回家更轻松。春节假日出游人次创新高则反映出国民消费升级趋势明显,外出过年正在成为中国老百姓过年的新时尚。

今年消费将有哪些亮点?

值得关注的是,我国消费者的消费方式正在悄然变迁,春节消费也出现了新的亮点,尤其是品质消费和“互联网+”对消费的带动日益显著。春节期间,网办年货、网络订餐等线上线下消费加快融合,定制化、拼车返乡等个性化共享型消费受到热捧,春节消费越来越注重品质、崇尚健康、追求时尚、彰显个性。

从网购食品这一细分领域就可以看出品质消费升级的明显趋势。亚马逊中国日前发布的年度“吃喝白皮书”显示,中国消费者在选择食品时更注重营养和品质,在搭配上更看重健康平衡的饮食;在生鲜方面,进口高品质的肉类及海鲜产品成为餐桌新

宠,消费者购买生鲜品类的丰富程度大大提升;进口直采葡萄酒销量持续走高,中餐搭配葡萄酒也逐渐成为节日家宴的新趋势。

跨境网购也成为越来越多消费者的选择。亚马逊最新发布的跨境网购报告显示,以家庭为单位的群体已经成为跨境网购的主导群体,从个人需求到家庭需求的衍变也是跨境网购品类呈多元化发展和与日常生活紧密结合的主要因素之一,跨境网购从偶尔为之的尝鲜之举逐渐成为生活常态。

事实上,春节黄金周消费中透露的亮点也正反映了我国整体消费结构的变化。业内指出,绿色消费、旅游休闲消费、个性化消费蓬勃发展,以“互联网+”为核心特征的新型消费业态彻底改变了传统的消费行为和消费模式,成为我国消费增长的新动力。

中国贸促会研究院国际贸易研究部主任赵萍告诉记者,从结构来看,预计2017年消费会呈现以下亮点:一是品质消费热点持续,随着消费者价格敏感度逐步走低,对商品性价比更加关注,更追求有品质的生活,对于知名品牌和质量好的商品需求上升,这将成为消费升级的重要指向。二是个性化和多样化的消费需求会更加凸显。此外,服务消费也将是支撑消费升级的一大支柱。

服务消费和中高端消费也将获得政策层面的重点扶持。记者从商务部等部门获悉,顺应消费结构升级和需求变化趋势,着力扩大中高端产品消费,满足迅速增长的新兴服务消费需求,成为今年释放国内消费潜力的关键。具体而言,包括开展新一轮服务业综合改革试点,制定实施服务经济创新发展大纲,扩大免税消费吸引消费回流等,一系列促消费的新措施将要推出。

(据新华社、《经济参考报》报道)