

旅游收入创新高 品质消费引潮流

——国庆黄金周消费市场盘点

□ 齐中熙 于佳欣 杰文津

国内游人次增长，旅游收入再创新高，零售餐饮销售额约1.4万亿元，品质化、个性化、体验式消费引领潮流……今年国庆黄金周七天，消费市场出现哪些新特点、新趋势？

交通：高铁和民航增量最多

全国铁路、公路、水路、民航、邮政综合交通运输协调有序，总体顺畅。据初步统计，10月1日~7日18时，全国旅客发送量预计达到6.16亿人次。其中，全国铁路累计旅客发送人数预计达9898.2万人次，同比增长超过10%；道路旅客运输量达到4.92亿人次，同比基本持平；主要地区水路客运量完成1316万人次，同比下降1.26%；民航运输旅客人数达1222.7万人次，同比增长8.7%。

机场、火车站、高速公路、旅游景区到处车辆拥堵、人头攒动，“堵车”“人多”仍旧是假期生活的“热词”。在很多出行

者的朋友圈里，转发和晒图最多的还是旅途聚集的人流与车流。

有数据显示，“十一”期间，珠三角地区拥堵程度最高，长三角次之，京津冀与成渝地区拥堵程度相当。

交通运输部公路科学研究院公路交通发展研究中心主任虞明远说，从数据看，体现出交通综合运输的融合发展开始发挥作用。国庆期间交通运输主要的增量是由铁路和民航来承担的，铁路增长超过10%，说明随着高铁网络的完善，对节假日出行承担的作用越来越大。

旅游：国内游人次再增长

据中国旅游研究院（文化和旅游部数据中心）测算，国庆假期全国共接待国内游客7.26亿人次，同比增长9.43%；实现国内旅游收入5990.8亿元，同比增长9.04%。都市休闲、红色旅游、乡村旅游、自驾游、观光游览等旅游消费活动高涨。

国庆节前，各地落实重点国有景区门票降价有关要求，

981个国有景区实施了降价措施或者免费开放，受到游客称赞。

为庆祝新中国69周年华诞，多地推出红色旅游项目，观看升国旗、参观博物馆和红色景区等活动受欢迎。此外，各地举办丰富多彩的庆祝丰收乡村文化旅游活动，吸引大量游客前往乡村看美景、品美食、赏民俗。

根据支付宝发布的黄金周中国人境外消费数据显示，二线城市居民境外消费表现抢眼，福州以70%的人均消费增长率成为境外移动支付消费增长最快的城市。

携程发布报告显示，“一带一路”沿线国家开始进入中国游客长假出行目的地名单。比如，克罗地亚的搜索指数同比大增142%，临近的塞尔维亚、格鲁吉亚和阿塞拜疆以及中亚国家乌兹别克斯坦的搜索量均翻倍增长。

零售餐饮：购物服务呈增量提质趋势

据商务部监测，10月1日~

7日，全国零售和餐饮企业实现销售额约1.4万亿元，日均销售额比去年“十一”黄金周增长9.5%，品质化、个性化、体验式消费引领潮流。

根据各大电商平台的数据，升级类产品销量增长明显。天猫数据显示，10月1日~3日期间，智能翻译机销售同比增长361%，洗碗机销售额同比增长89%，包括扫地机器人等在内的智能机器人增幅更是高达332%。根据苏宁易购发布的国庆消费报告，升级类家电产品也受到热捧。洗干一体机销量增长195.9%，破壁料理机销量增长超10倍。

消费者在买得更好的同时，也能玩得更好，网上订餐、定制旅游等新消费模式持续火热。商务部监测数据显示，一些线上旅游平台定制旅游销量增长50%以上。美团旅行的数据显示，黄金周期间，美团APP在出境游中的交易金额同比增长60%。其中，美食、景区门票两个品类的交易金额接近翻番。

商务部流通产业促进中

心服务业研究室副主任陈丽芬说，这个黄金周期间，无论是购物、服务还是其他新兴消费，都呈现出显著的增量提质趋势。

楼市：成交量下降，调控力度不放松

10月份是楼市的传统旺季，但今年黄金周期间，多个城市新房成交量价齐跌，部分开发商开始变相降价，以折扣或优惠的方式促销。据中国指数研究院统计，黄金周期间，全国多城楼市成交遇冷。其中，北京新房成交下降20%，深圳更是“腰斩”，三线城市新房成交同比下降51.5%，降幅最大的扬州跌幅超过90%。

新华社记者走访上海楼市发现，多数新开盘销售冷清。国庆七天，上海新建商品住宅成交面积5.6万平方米，环比减少68.8%。

上海链家市场研究院分析师赵葆根认为，目前市场供应较为充足，购房者观望情绪浓重。从中报分析来看，大多数房企面临较大的资金压力，下一步或有更多房企加大促销力度。

二线城市新房市场也在降温中促销。在厦门调查发现，厦门房地产价格和成交量存在不同程度回落，与此同时，不少楼盘纷纷加入促销优惠的行列。

易居研究院智库中心研究总监严跃进表示，国庆期间许多城市楼市清淡与调控政策持续严厉有关，特别是一二线城市调控力度依然不放松，购房者观望情绪较大，二手房置换效率也明显降低。

“调控政策严格的北京、上海、深圳、杭州、南京、合肥等城市已经出现房价下行的苗头。”中原地产首席分析师张大伟说，“房价调整正从点到区域扩散。热点城市楼市逐渐降温，当前的购买力很难再支撑市场继续冲高。”



博物馆里过假期

国庆节期间，太原博物馆推出的“2018太原·故宫文物展”吸引了众多市民和游客前来参观。图为观众在太原博物馆参观。

新华社记者 曹阳 摄

相关资讯

更讲品质 更重体验 更有个性

国庆黄金周呈现消费升级新趋向

□ 陈刚 潘晔

国庆黄金周已出炉的一些消费数据显示，更讲品质、更重体验、更有个性，正成为消费升级新趋向。

这个假期，各地品质高、口碑好的老字号吸引了众多游客。在江苏扬州，冶春、富春等老字号茶社每天接待近8000人，创下近两年国庆黄金周新高，不少茶社都延长了经营时间，并在等候区安排了地方特色的戏曲、民俗活动。

据外卖平台饿了么的数据，高档外卖商品国庆期间也有增长，国庆假期前3天饿了么平台的大闸蟹订单同比增长16.8%，葡萄酒同比增长58.9%。如今，通过各类新零售平台，以前只在高级餐厅出现的澳洲龙虾、北海道雪蟹等，也以更实惠的价格“飞进寻常百姓家”。

家电消费也有新动向。据苏宁易购的数据，国庆假期，大量购买力转向大屏彩电、洗干一体机等“新大件”，如70吋及以上的电视销量同比增长517%，净水器和马桶盖洁身器也受到热捧，分别同比增长130%和86%。

进口商品网购平台天猫国

际的数据显示，长假前3天的成交量已经比去年同期翻了一番。

船坞码头、黄包车、南京路老路牌……走进上海的老上海风情街“1192弄”，宛如来到上世纪30年代的老上海。这个餐饮体验休闲区的热闹，是国人更注重假日旅游休闲体验的一个侧影。

携程旅游网发布的“国庆旅游消费升级报告”显示，游客更愿意把钱花在体验上。5钻、私家团、定制游、当地向导等一系列升级型新产品成为“网红”。

在江苏多地，底蕴深厚的文物展、花香四溢的音乐节等成为度假休闲的宠儿，各地体验较好的农家乐、民宿也呈爆满状态。据南京一家新零售智慧门店的店员介绍，由于VR试衣镜带来的体验感和高效率，销量比平时翻了一番。

80后、90后对于个性化和时尚的追求，日益引领消费风向。“是不是大牌不重要，适合自己，只要自己喜欢就好。”一家品牌集合店的销售人员说，国庆期间，一些年轻国内设计师品牌，越来越多的小众化品牌、体现个性情感因素的产品受到追捧。

科技为假日消费带来更多新玩法

无人机、翻译机成旅行“新宠”

□ 龚雯

无人机、翻译机成旅行“新宠”，虚拟试妆、人脸定制成购物“新尚”……你的国庆七天假期，有多少消费源于科技的力量？

来自苏宁易购的数据统计，9月以来至国庆前夕，航拍无人机销量同比增长280%，销量最好的前三个城市是北京、广州、上海；翻译机销量同比增长1107%，销量最好的前三个城市是北京、深圳、上海。

“今年特地给父母买了一个翻译机，堪称旅行神器，希望全家在旅途中能有更多乐趣。”上海市民戴少阳说。

除了自带科技装备，人们在旅途中还能偶遇萌萌的机器人，在飞机场、火车站与它们互动。“以前总是满大厅找工作人员，现在跟机器人对话，能快速了解车次的时间和路线，非常方便。”从上海到福州旅游的覃雯说。

对于没有远行的人，也能

感受到科技的力量。随着上海购物节开幕，有“人脸定制机器”的乐高旗舰店，可以打印巧克力豆的“M豆巧克力世界”逐一亮相位于南京东路全新开业的上海世茂广场。

业内人士认为，通过数字化、内容性、交互性增加用户体验，从而带动消费，正逐渐成为零售行业的一个“标配”。一些面向个人用户的智能手机、智能家居等技术驱动型企业，将迎来潜力巨大的消费市场。

德勤中国主席蔡永忠认为，独特的数字化生态系统让中国成为数字化经济的领先者。传统行业数字化转型应由“探索数字化”开始，逐步“执行数字化”，从而“成为数字化”，最终“实现数字化”。

贝恩公司大中华区消费品及零售业务主席丁杰建议，作为零售中重要一环的供应链，应积极利用大数据、智能化软件和物联网硬件等先进技术，结合实际客户需求，制定创新的数字化供应链解决方案。



假日享书香

国庆假期，安徽省合肥市各大书店成为读者品味书香的好去处。图为小朋友在合肥市三孝口新华书店内看书。

新华社记者 张端 摄

延伸阅读

文旅结合聚人气 高端网购受青睐

——安徽国庆假期消费新变化观察

□ 姜刚 王菲 吴慧娟

展示地方民俗文化内涵，乡村文化大舞台节目精彩纷呈；销售额不再单纯靠销量，而是往高端精品方向发展；线上线下融合发展渐成趋势……国庆长假期间，新华社记者安徽省多地采访发现，随着生活水平的提高，人们的消费理念正发生新变化，消费升级步伐加快，成为国庆假期消费市场的新特点。

旅游追求文化内涵

“村里旅游搞得很好，我家的餐馆生意也跟着好！”滁州市凤阳县小岗村村民王如霞说，平常一天接待不到10桌游客，国庆这几天每天平均接待20桌左右，10月4日那天接待了27桌。游客来自北京、广东、江苏等地，都是到小岗村参观旅游的。

王如霞所在的小岗村被誉为“中国农村改革第一村”，

同时也是国家4A级旅游景区。今年国庆期间，小岗村到处洋溢着丰收的喜悦，举办的乡村文化活动也亮点频现，吸引了来自五湖四海的游客，对农家乐和村民销售农产品、旅游纪念品起到了明显带动作用。

为充分展示地方民俗文化内涵，10月1日，“红色小岗 希望田野”小岗乡村文化大舞台首场演出正式开演，凤阳花鼓等节目精彩纷呈，给广大游客提供了一场文化“盛宴”。当天，小岗村实现1390旅游人次，旅游收入1.4万元，较去年同期分别增长了214%和105.2%。

“前4天收入已经超过去年黄金周的第8天收入。”小岗村党委书记李锦柱说，截至10月4日下午，小岗村实现旅游总收入49,651元，实际出票人数3483人。小岗村景区将进一步挖掘地方民俗文化，将小岗乡村文化大舞台打造成一个拿得出、唱得响、游客喜爱的精品文

旅项目，助推小岗村旅游产业大发展。

追求文化内涵的游客还有很多。10月4日下午，在铜陵市枞阳县浮山景区，合肥市民姚女士认真听着导游的讲解：“这些摩崖石刻一共有200多篇，部分已有上千年的历史……”

“国庆不想出远门，就带孩子子在附近转转。”姚女士边观摩景区的摩崖石刻边说，“找个导游讲解下，让孩子领会景区的一些文化符号，接受文化的熏陶。”

居民出游意愿高涨，游客出行呈现以自驾游、家庭游为主的特点。据安徽省旅发委统计，国庆假日前4天，纳入安徽省假日旅游统计的13家景区，累计接待游客145.9万人次，实现旅游收入9973.8万元，同比分别增长9.41%和5.16%。

购物青睐高端精品

一些产品的销售往高端精品方向发展，也是消费市场新特点。国庆期间，池州市举办

“时间林杯·池州市第一届花卉博览会”，来自安徽、浙江、广西和山西等地的100多家花卉园林企业、500余件作品参展，绿化苗木、盆栽花卉、盆景、赏石、根艺、多肉植物、花卉工艺产品等品类齐全，内容丰富，吸引众多游客前往观看。

一位来自合肥市的游客说，看了花博会后才知道花卉的科技含量那么高，开花的时间、花的多少可以由人“随时”控制，现在已是10月，却可以在花博会上看到任何一个季节的花卉。

为了适应老百姓对苗木花卉的消费升级需求，池州市不断提高林木种苗生产科技水平，大力开展良种选育，推广林木育苗新技术、新方法。除了传统花卉苗木，“周边”产品盆景、根雕等亦因为独特的观赏和艺术性受到关注和热捧。以盆景为例，由采挖向培育转变，体现出花卉产品开始走入千家万户。池州市盆景的销

售额以每年30%的速度增长，主要销往江苏、浙江、上海及周边地区。

池州市花卉盆景苗木协会副会长陈玉珍说，包括奇石、花卉、盆景在内，往年销售额靠的是销量，这两年随着市民生活水平的提高，销售额不再单纯靠销量，而是往高端精品方向发展。

网络销售等消费市场新业态表现“抢眼”，其中高品质产品越来越受到关注。位于芜湖市的三只松鼠股份有限公司是一家主营坚果、花茶、果干等各类零食的网上零售企业。今年国庆假期前5天，该公司全渠道销售额再创新高，较去年同期增长22%以上。

“一些品质更好、定位更高端的产品销售业绩最为出众。”三只松鼠股份有限公司相关负责人说，节前新推出的新品每日坚果礼盒，因产品品质更好，营养搭配更全面，国庆期间累计卖出1万份。