

“五一消费回暖”暖在何处

解除一级响应,带动补偿式消费增长;假日因素对消费提振产生积极作用;
消费券刺激需求快速回暖;换季消费需求在短期内明显释放

□ 舒 静 李劲峰

消费明显回暖!刚刚过去的5天是12年来最长的“五一”假期,也是疫情防控常态化后的首个小长假。据商务部监测,5月1日~5月4日,重点监测零售企业日均销售额比节前一周日均销售额增长30.1%。

中国贸促会研究院国际贸易研究部主任赵萍认为,“五一”消费形势远超预期,是多种因素叠加的结果:全国所有省份均解除一级响应,带动补偿式消费增长;假日因素对消费提振产生积极作用;消费券刺激需求快速回暖;换季消费需求在短期内明显释放。

消费券产生“乘数效应”

今年“五一”假期,政府、企业的各项促消费政策和补贴行为带动效果明显。全国各地发放了大量消费券,湖南、浙江、广东等地通过微信平台发放超百亿元电子消费券。

赵萍说,消费券可以缓解疫情冲击,在短期内提振消费,改善百姓生活。北京大学光华管

理学院院长刘俏表示,各地政府根据地方财政条件确定发放规模,同时根据产业类型和消费习惯安排相应类型和适用范围,有效提振了商业信心,产生“乘数效应”。

根据微信和美团5月5日联合发布的数据,假期3天,微信电子消费券带动消费9亿元。其中,40岁以上人群消费券核销金额占51%。5月1日~5月3日,广东省发券地区共带动消费5.1亿元,拉动消费11倍;深圳宝安区等城区消费券共带动当地消费2.6亿元;武汉消费券3天带动5800万元,拉动消费超12倍。

支付宝数据显示,全国29个省份消费金额完成同比增长,内蒙古、新疆、青海同比增长甚至超过60%。消费券对西部、东北等地区的增长带动力更为显著。在省会和直辖市城市中,乌鲁木齐、长春、西宁同比增速位居前三。

拼多多统计显示,5月1日0时~5月5日下午4时,拼多多平台已累计发放现金及消费券超过25亿元。截至目

前,累计带动上海线下实体销售额及品牌线上销售额总计超32亿元。

刘俏称,以杭州消费券为样本的研究显示,政府1元钱的消费补贴能带来平均3.5元以上的新增消费,高于国外10%~40%的边际消费倾向。消费券可以刺激居民消费,重启疫后经济活力,给企业带来真实需求,激活市场和经济活动,稳定或新增就业,最终形成良性循环。

直播带货火爆

“五一”期间,直播带货强势来袭。除网红主播外,头部企业、基层官员、明星、电视主持人等纷纷进入直播间,以“花式组合”形式一次次引发网络热点话题,刷新商品交易纪录。

4月29日,演员冯远征、梁丹妮夫妇在抖音直播间,与湖北襄阳、鄂州两地市长连麦,共同推荐10多款当地特产。直播吸引了390万人观看,销售额超1564万元。在抖音平台,湖北省内已有武汉、宜昌、恩施等9地政府官员参加直播带货,累

计销售特产1.2亿元,热度一直持续到“五一”假期。

拼多多还把电商直播带进商场平台,开启“千店大联播”活动,实景展示商品的销售渠道和购物消费场景。“这种方式不仅能让消费者在逛选商场,直观地了解商品货源和感受消费氛围,还能拓展线下实体销售,通过直播实现‘一家商场供全国’。”拼多多高级副总裁王坚说。

中国地质大学(武汉)经管学院副教授齐睿表示,直播带货持续火爆,有助于各地整合优势资源,加强供给与需求的精准对接,特别是对疫情防控下的农业生产和消费有重要推动作用。

线上与线下互动活跃

这个假期,商场、超市等人流明显增加,各大电商平台“线上抢券线下花”的模式引流,实体消费逐渐恢复。

商务部数据显示,线下大型超市、百货商场等复工率超90%。根据百度地图大数据截取4月30日~5月3日傍晚前后

的全国热门购物中心实时人流指数,北上广深等一线城市的购物中心人流指数最高,实体消费正在回暖。

聚划算数据显示,5月1日、2日两天,上海消费者添加购物车商品件数达去年同期的2.4倍。在飞猪上,预订上海门票酒店产品的用户5月1日当天达到90天以来的最高值。受短途游激增利好,崇明、金山旅游消费激增,支付宝数据显示,崇明区线下支付增幅近40%。

据新华社消息,随着在线新经济的发展,一批平台型新零售企业成为释放消费潜力、促进消费回补的重要力量。同时,一些老字号也开始探索个性化的线上营销。上海豫园宁波汤团店经理徐正留说:“我们准备借助‘五五购物节’,以线上流量撬动线下消费,把新产品、好产品推向更广阔的市场。”

餐饮业堂食与外卖同步复苏

小长假期间,餐饮业复苏明显。

据微信和美团联合发布的数据显示,5月1日~3日晚上9点~次日2点,全国微信支付餐饮线下支付金额环比增长447%,武汉人民夜宵支付金额环比增长270%,其中乌鲁木齐增幅最大,对比3月环比增长16倍。

据武汉市餐饮协会会长刘国梁介绍,5月1日当天,全市5万多家餐厅已有13.3%恢复堂食,45.6%恢复外卖,每日餐饮外卖单量超过10万份。经过5天假期,随着顾客忧虑、观望情绪的缓解,堂食、外卖恢复率都在稳步提升,“但要恢复到正常状况,估计得到8月份”。

中南财经政法大学数字经济研究院执行院长盘和林表示,“五一”消费明显回暖,可以看出中国的经济活力依然旺盛,一系列促消费政策落地和数字工具的运用,加速了消费活力的释放。

上海财经大学电子商务研究所执行所长崔丽丽说,消费的恢复是渐进过程。未来各地政府应基于资源优势,围绕激发消费热点、促进消费升级,出台全方位、立体化的政策,强化内需对经济的有力支撑。

之眼”附近的摩天轮夜市,也成为“网红打卡地”。

苏宁易购集团副董事长孙为民说,疫情期间大量的消费都转向线上,随着越来越多的消费开始向线下流动,对线下零售门店进行互联网思维的场景赋能变得非常重要。“比如,夏季夜晚是体育赛事高峰期,结合这样的消费场景,我们周期性推出啤酒冷饮食套餐等就能很好激活夜间消费业态。”

根据计划,上海在“五五购物节”期间举办首个夜生活节,围绕夜购、夜食、夜娱、夜游、夜秀、夜读等6大主题,开放一批夜间文化场馆,鼓励商场、餐厅、书店等推出购物不眠夜、博物馆奇妙夜、酒吧节、集市节、深夜书店周等十大特色活动,点亮“夜上海”。

“夜经济”的活力体现了群众旺盛的消费力。云南师范大学旅游产业研究院副院长李庆雷说,应积极打造更多体现本土特色的夜间经济新亮点,拉动消费增长,发展“夜经济”。

时 评

安全让旅游体验更有意义

□ 余俊杰 陈爱平

文化和旅游部5月5日晚间公布数据,今年“五一”小长假,全国共接待国内游客1.15亿人次,实现国内旅游收入475.6亿元。超预期的旅游人数和消费金额,印证了此前业界的判断:“五一”假期是我国进入常态化疫情防控阶段后首个名副其实的“黄金周”。

为何越来越多老百姓开始走出家门享受美好的旅游休闲?核心要义是“安全”。

假日期间,全国已开放的8400余家景区严格落实客流量不超过最大承载量30%的要求,引导游客间隔入园、错峰旅游。各景区着力做好卫生防护、清洁消毒,严格落实体温筛检、配套使用“健康码”核验,筑牢“安全之墙”。

完善的疫情防控举措让人安心,新风尚“预约旅游”更让人省心。5天假期里,智慧旅游作为新的服务和治理手段在保障假期旅游平稳有序方面发挥了重要作用。在武汉,游客运用“武汉战疫”微信小程序,实时查看黄鹤楼、汉口江滩等14个热点区域的当日客流量;在上海,86家A级景区全面实现“无预约、不出行”,约50家景区支持分时预约,游客自觉有序间隔入园。

数说“五一”

全国铁路发送旅客3385万人次

本报讯 中国国家铁路集团有限公司统计显示,“五一”小长假运输期间(4月30日~5月5日),全国铁路发送旅客3385万人次,日均发送旅客564万人次。5月1日,全国铁路发送旅客737万人次,创2020年春节后单日旅客发送量新高。

据国铁集团有关负责人介绍,铁路部门精心组织“五一”小长假运输,积极做好常态化疫情防控下的运输服务工作,满足旅客假日期间旅游、探亲、复学、复工等需求。精准安排节日运力。全国铁路以列车运行图的日常图和周末图为主,以高峰图补充,根据客流变化精准安排运力,特别是根据旅客探亲、短途出游需求,加开“夕发朝

至”动卧列车和城际列车。小长假运输期间,日均开行旅客列车7153列,较节日日均增加2000余列。

改进服务提升出行体验。假日前,铁路部门在兰新高铁实施电子客票,实现内地高铁和城际铁路电子客票全覆盖。假日期间,铁路部门发挥电子客票“一证通行”,无接触进出站等优势,方便旅客快捷高效出行;加强地铁公交、通风消毒、设置应急隔离席位等防疫措施,全力营造安全健康的出行环境。(樊曦)

如果安全是“1”,更丰富的旅游体验则是后面一个个的“0”。在景区限流背景下,各地仍迎来以“本地人游本地”为代表的旅游市场复苏,一方面折射人们“求放飞”的迫切心情,另一方面展现出旅游业面对疫情顽强转型升级的韧性——在河南开封,黄河生态廊道示范带、朱仙古镇等乡村旅游点吸引大批市民前往观光休闲;在上海,民宿大受欢迎,平均出租率达81%;江苏通过新媒体、虚拟现实等方式,推出2120个线上实景、看展、观演项目——让游客愿意花钱、花时间体验,旅游产品越来越个性化、多元化。

更智慧的管理、更丰富的产品供给,不仅在当下提供更多安全保证、带动旅游业乃至整个消费市场复苏,更是我国旅游业高质量发展的必然方向。需要看到,当前以线上渠道为主流的景区预约体系,或给不习惯用手机的老游客带来不便;本地游的风采,或因雷同的旅游产品、乏善可陈的歌舞表演打了折扣。如何让“1”邂逅更多的“0”,让更多群体共享发展红利,值得业界关注。

旅游业探索如何化危为机,持续推动智慧改革升级,让“诗和远方”未来发展前景可期。



上海“五五购物节”消费支付总额破百亿元

5月4日晚,上海首次启动大规模商业促销活动“五五购物节”,多家在线新经济企业参与,通过线上流量优势反哺线下卖场,实现电商与实体零售融合互动,激活消费潜力、驱动消费复苏。据“上海发布”的消息,截至5月5日14时12分,“五五购物节”上海地区消费支付总额已超100亿元。图为上海淮海路一家商场的“五五购物节”标识。

新华社记者 刘颖 摄

夜中国“靓”起来

——“五一”期间“夜经济”扫描

□ 王犹玲 张 翅

天津五大道民园广场灯光绚丽、长沙五一商圈锣鼓声声、昆明市公园1903内观众驻足观看摇滚乐队表演……大江南北,在疫情期间沉寂了许久的夜晚,又开始喧闹起来。

刚刚过去的“五一”假期,全国“夜经济”加速回暖。新华社记者“五一”期间走访发现,各地“蓄力”打造“夜经济”,食、游、购、娱、体、展、演等多元化夜间消费市场再度活跃。

山城重庆,太阳落山观夜色、逛夜市的生活旅游习惯迅速回暖。

“洪崖洞最美的时刻、最密集的消费,都在太阳落山后。”洪崖洞小店“陪都吃记”内又响起了“老板快点”的催促,店员说,随着疫情缓解和天气转热,

下午5点后,许多市民会选择来这里吃一顿特色小吃,然后和家人看看夜景,买买零食,再慢慢悠悠地回家。

洪崖洞景区所在的重庆渝中区CBD管委会副主任李杨说,疫情平稳后,由于严格实施戴口罩、测体温、登记“渝康码”等措施,进入洪崖洞所花费的时间比以往稍长一些,但本地和外地游客的热情不受影响,“五一”期间因客流逼近承载上限,还采取了控流措施。

据重庆市渝中区区统计,5月1日~5日,渝中区共接待游客160.9万人次,实现旅游收入10.8亿元;解放碑商圈客流创下今年以来最高纪录,恢复到去年同期的85%;洪崖洞累计接待游客11.14万人次;长江索道景区接待游客2.92万人次。

民以食为天,受疫情冲击严

重的餐饮业“五一”期间“满血复活”。

傍晚6点,昆明市南强街巷,市民三三两两相伴而来,流连于美食之间。南强街巷上,美梦美兮新西兰西餐厅门口排起长队,餐厅老板宋柏告诉记者,“五一”假期,店里生意已逐渐恢复,来用餐的客人往往要排一个小时的队。

南强街巷昆明伍乐文化策划总监姚骅介绍,“五一”期间,南强街巷各类餐饮店、酒吧、夜市小吃摊、汉服集市全部开放,平均每天游客量达3万多人次,营业额共约400万元。

“夜经济”展现活力,更多商家希望乘此东风,觅得更多商机。同时,地方政府也在发掘夜经济潜力上“动足脑筋”,探索搭建消费场景、创新消费模式等“新花样”。