

凝聚共识 提振信心
推动中国经济高质量发展

春节消费亮点纷呈

助力龙年中国经济乘势而上

本报记者 孙琳

旅游消费多项指标创新高，电影票房和人次破纪录，餐饮、汽车、家电等消费亮点纷呈……龙年春节刚过，各大平台纷纷亮出成绩单，一组组消费数据折射出国内旺盛的消费活力，也让中国龙年迎来了经济“开门红”。

■开门红：国内消费市场一片“热辣滚烫”

热门餐厅等位上千桌、庙会大集人头攒动、多个景区门票售罄、县城住宿一房难求……2月15日，美团发布的2024春节“吃喝玩乐”消费洞察显示，生活服务业实现“开门红”。春节假期日均消费规模同比增长36%，较2019年增长超155%，广东、江苏、四川、浙江、山东等省份消费规模居全国前列。

“这哪是在过节，这是在打仗！”提到今年春节，来自成都吼堂老火锅的一位店长在朋友圈如是感慨。她所在的门店有71张桌子，平均每天翻台九到十轮，更是在美团平台上呈现每天排队等位超过3000桌的火爆态势。店内不断刷新的叫号提示，正是各地堂食餐饮消费持续升温的缩影。据介绍，从长沙火宫殿、北京四世同堂到佛山的必吃榜餐厅“猪腰一家”，多家餐厅假期客流爆满。

除了餐饮业，旅游出行、电影市场、文艺演出等各个领域也都呈现出“一派火爆”景象。文化和旅游部数据中心测算，春节假期8天全国国内旅游出游4.74亿人次，总花费6326.87亿元，同比2023年、2019年均大幅增长。

2月17日携程发布的《2024龙年春节旅行报告》则显示，春节假期，国内游、出境游、入境游多点开花，同比分别增长近9成、4倍多、3倍多，均超2019年同期水平。“春节假期，长途游订单占比达46%，跨省游订单占比57%，同比去年同期均翻番增长。”携程研究院相关负责人介绍说。而从细分市场来看，东北三省冰雪游、“山河四省”（山东、山西、河南、河北）历史文化游等掀起了新一轮的文旅热潮。在黑龙江哈尔滨，8天接待游客超千万；大年初一，“山河四省”旅游订单同比增幅均超15倍。

旅游火热也带动整体消费持续向好。国家税务总局增值税发票数据显示，今年春节假期，全国服务消费相关行业日均销售收入同比增长52.3%，旅游、住宿、餐饮服务消费快速增长。电影业更是迎来“开门红”，国家电影局发布的数据显示，2024年春节档电影票房为80.16亿元，观影人次为1.63亿，相比2023年同期分别增长了18.47%和



▲春节假期，北京各大传统庙会回归，文旅活动持续举办，假日旅游市场热度攀升。北京市文化和旅游局的数据显示，春节假期(2月10日至17日)，北京接待游客1749.5万人次，按可比口径，同比增长37.4%，比2019年同期增长25.7%；旅游收入286.5亿元人民币，同比增长40.6%，比2019年同期增长27.4%。图为2月17日，游客在北京通州宋庄艺术市集观看舞狮表演。

本报记者 田福良 摄

26.36%，均创同档期新纪录。

更值得一提的是，从美团提供数据来看，四线以下地区消费同比增速最快，下沉市场迎来强劲回暖，成为激发假日经济增长的“新引擎”。

返乡团聚、旅游过年趋势下，探索小城年味、景区提灯夜游等个性化需求引领消费不断升温、下沉。春节走亲访友的流动热潮，带动了县域餐饮消费快速增长。美团数据显示，江苏的常熟、昆山、江阴、张家港以及山东的滕州成为本地堂食订单量前5的县域地区，其中，滕州的订单量较去年增速最快，达173%。“从2023年前三季度的数据来看，县域乡镇地区（不含市辖区）在美团上有堂食套餐交易的餐饮商户相比2022年增长超53%。伴随着经济与社会的发展，国内县域地区的生活服务消费潜力强劲，餐饮门店的在线化率也在稳步提升。”美团研究院相关负责人说。

■新活力：传统现代融合 消费持续升级

一片“热辣滚烫”背后是国内消费市场亮点纷呈、创意十足带来的消费持续升级，也为中国经济带来了活力。

传统文化年俗产品、健康滋补年货……纷纷成为春节消费中的C位，也成为消费增长的重要引擎。商务部发布的数据显示，春节期间，龙元素饰品、新中式服装鞋帽销量翻倍增长，国潮、国韵、国货大放异彩。京东消费及产业研究院公布的数据显示，在传统民俗产品中，传统书法对联、龙灯、门神等产品销量同比增长超过142%。各大博物馆、图书馆的龙年文创产品为春节增添

文化韵味儿，故宫博物院的“万福集瑞·福禄贺岁套装”以紫禁城过大年各种礼仪与习俗为研发灵感，涵盖对联、福字、门神、窗花等春节装饰，在京东平台上销量超万件。拼多多汉服成交量则比去年同期增长5倍，马面裙搜索量是去年同期的23倍，新中式服装、发簪搜索量更是去年同期的12倍。

传统年味与潮流业态相结合，更是让龙年新春创意十足。在重庆，重庆新世纪百货联合美团、大众点评推出“潮聚中国年”主题促销活动，通过平台补贴、商家折扣等多重优惠，激活新春消费潜力。在昆明，美团携手奶龙玩偶亮相海乐世界，引发市民游客的打卡热潮。在安徽，老凤祥银楼的上百家门店，春节期间，创下美团日均成交过百万的业绩小高峰。

消费市场亮点纷呈更是带动了国内消费市场的持续升级。今年春节，消费者对于健康的在意在消费上表现得更为明显，不仅关注吃上的营养丰富，也注重礼赠产品的健康养生属性，各种由健康类产品组成的年礼成为了热点。京东消费及产业发展研究院相关负责人告诉记者，春节期间，仅黄瓜籽粉礼盒、枸杞原浆礼盒成交额同比增长超2倍，蛋白粉礼盒成交额同比增长96%。零食上，消费者越来越关注零食的健康化、功能化。年轻人更爱低糖低脂类零食，坚果、含维生素的果干、鸡胸肉干等低脂低糖类零食的成交额同比增长均超100%；此外，红枣黑芝麻丸成交额同比涨幅超9倍，茯苓八珍糕、无糖黑芝麻酥成交额同比增长均超2倍。

消费升级同时带动了消费者品质的

提升。拼多多提供的数据显示，智利车厘子、丹东草莓、赣南脐橙等当季水果，西北羔羊肉、进口牛排等牛羊肉，哈尔滨红肠、金华火腿、广式腊肠等精加工肉制品，以及高档进口海鲜礼盒、坚果等优质年货在拼多多平台上迎来热销。车厘子仍占据春节水果消费的C位。拼多多年货节热销的为5斤原箱装，热门店铺日均销量超5000单，同比去年增长30%以上。

值得一提的是，以往都是农货进城，今年“海鲜下乡”则成了新潮流。拼多多相关负责人告诉记者，今年龙年春节假期，县域及乡村地区的订单占比超过北上广，大虾鲍鱼带鱼等优质海鲜被端上乡村年夜饭的餐桌。以年货节期间热销的智利帝王蟹为例，其销量同比去年年货节期间增长达246%，拼多多热销商家单品日均销售额最高可达20万元。拼多多平台上，阿根廷红虾、北极甜虾、黑虎虾等海鲜礼盒同样在三、四线城市热销。

龙年春节消费市场“亮点+新意”迭出，带动了国内消费市场的持续升级。“春节假期，吃住行游购娱等多个生活服务业消费向好，同时各地打造的新型消费集聚区、节庆活动在促进消费方面的效果愈加显著，‘餐饮+’‘文旅+’等跨业态联动的场景大量涌现，平线上线下营销手段不断翻新，2024全年消费市场有望持续升温。”美团研究院副院长厉磊表示。

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。伴随着消费潜力不断释放，以及各项促消费措施的推动，将为中国龙年经济持续添彩。

增值税发票数据显示：

龙年春节服务消费火热

本报记者 孙琳

龙年春节，消费市场“热气腾腾”。国家税务总局增值税发票数据显示，今年春节假期（初一至初八）全国服务消费相关行业日均销售收入同比增长52.3%，旅游、住宿、餐饮服务消费快速增长，文化体育服务消费热度上升。

从公布的数据来看，旅游服务消费大幅增长。春节假期，受旅游市场火热带动，旅行社及相关服务日均销售收入同比增长1.2倍，旅游游览和休闲观光服务日均销售收入同比分别增长70%和40%。远途旅行和自驾游成为更多人的出行选择，航空出行服务、汽车租赁服务日均销售收入同比分别增长71%和1.4倍。

住宿餐饮服务消费保持较快增长。春节假期，受春节返乡及出行旅游需求带动，住宿服务日均销售收入同比增长25.4%，其中，经济型连锁酒店、旅游饭店日均销售收入同比分别增长35.2%、11.5%。民宿服务提供个性化消费场景受到游客欢迎，日均销售收入同比增长68.8%。餐饮服务日均销售收入同比增长31.5%。

特别值得一提的是，文化体育服务热度上升。春节假期，文化艺术服务日均销售收入同比增长86.7%，其中文艺创作与表演服务日均销售收入

同比增长1.1倍。体育服务日均销售收入同比增长43.2%，其中体育健身服务、体育场馆服务日均销售收入同比分别增长45.8%、31.2%。

从地域来看，长三角地区服务消费增长较快，而冰雪消费带动黑龙江住宿餐饮服务增幅较高，海南旅游游览服务保持较高增速。春节假期，长三角地区凭借特色旅游景点吸引较多游客，上海、江苏、浙江服务消费日均同比分别增长67.7%、46.8%和45%。受冰雪消费带动，外来游客较多，黑龙江住宿、餐饮日均销售收入同比分别增长1.8倍和1.2倍。冬季传统旅游胜地海南旅游游览服务增幅较高，日均同比增长1倍。

国家税务总局有关负责人介绍，春节假期我国居民消费潜力加速释放，消费对经济的支撑作用持续凸显。各地税务部门推出春节办税缴费“不打烊”服务，依托办税服务厅值守、自助办税、网上办税等多种方式，持续推进“非接触式”办税缴费，全力保障纳税人缴费人多样化需求。税务部门将持续开展“便民办税春风行动”，充分发挥税收大数据作用，提高“好办事”的便利和“办成事”的效率，进一步打造市场化、法治化、国际化税收营商环境。

“专门带女友来重庆打卡她心心念念的洪崖洞夜景，白天还在山城巷体验了爬坡上坎，到八一路吃了油辣子冰淇淋，登上游轮观赏了两江风景。”近日，从湖南远道而来重庆旅游跨年的游客张见波，直呼旅游体验太棒了。

与游客笑得同样开怀的，还有商家。烤匠麻辣烤鱼重庆区域相关负责人告诉记者，不少门店在假日期间都是大排长龙，特别是观音桥大融城店、解放碑店和光环店，甚至晚上11点还有顾客在排队。

这仅仅是重庆假期消费市场火爆的一个缩影。记者从重庆市商务委获悉，假日期间，重庆各区县在“吃、购、游、住、夜”五大方面迎来跨年消费热潮。2024年春节假期，全市紧扣围绕年货、年俗、年夜饭等新春消费热点，整合“商文旅体健”资源，组织一系列主题突出、特色鲜明的促消费活动，营造浓浓的年味儿，红火的消费潮，开启迎新消费“开门红”。据监测显示，春节期间，全市消费总额比去年同期增长12.4%。

创新消费场景，满足个性化消费需求

渝中区举办2024渝中跨年迎新消费节，推出“喜迎新颜·祥龙渝中”等活动，推动消费市场进一步复苏。据悉，近年来，渝中区将城市地理视为打造国际消费中心城市核心区的独特优势，催生出一批“防空洞经济”“江岸经济”“步道经济”等消费新场景。

“特色消费场景的打造是建设多元消费目的地、增强消费繁荣度的重要举措，对于满足当代年轻群体多元化、个性化消费需求具有积极作用。”渝中区政协委员、区商务委副主任陈浩介绍说，渝中区充分集成“立体山城、光影江城、魅力母城”资源要素，培育特色消费场景，有力推动了有渝中辨识度的国际消费中心城市核心区建设。

热闹非凡的繁华都市背后，“后街经济”也在老城街巷中悄悄生长。张雪和两位闺蜜刚下飞机，就直奔“重庆小晏谷”紫薇路，随意走进一间咖啡厅，坐在临街的窗下往外望去，街面上随处可见与她们一样拖着行李箱，直接从机场、高铁站赶来打卡的年轻人。

“这里原本是一条老旧街区，随着市民消费需求的多元化，以及城市居民对优美环境、美好生活等方面的需求日益提高，多业态生活方式渐渐成为新潮流。”站在紫薇路口，渝北区政协委员、龙塔街道党工委专职副书记谭万红将紫薇路的前世今生娓娓道来。如今，随着100多家高品质、多业态、风格化的特色小店集聚，这里在实现社区商业提档升级的同时，转身成为年轻人和外地游客的新选择，被称为“小巷里长出的消费新地标”。

高山“冷风景”催“热”体验类消费

“在重庆看雪好稀奇哟！走，出发去仙女山耍雪。”随着微信群亲戚们的一声邀约，胡丹带上家人们来到位于武隆区仙女山的高山滑雪场，滑雪圈、打雪仗，还坐上了穿梭在“千里冰封，万里雪飘”冰雪美颜世界里的红色小火车，畅意欢笑共度佳节。

依托冰雪产业，重庆武隆冰雪旅游业发展显现勃勃生机。从2010年开始，已经连续举办了十三届的仙女山冰雪童话季，俨然成为了西南地区独具盛名的冬季旅游盛事，每年都会吸引来自全国各地的雪友，也带火了武隆酒店、餐饮等行业。

“武隆做靓高山‘冷风景’，点燃了冰雪‘经济热’。”武隆喀斯特旅游产业集团总经理黄尊全表示，每年冬季武隆均举办丰富吸睛的活动，环球生态小姐大赛、雪地质式集体婚礼、七仙女汉服大赛、雪地彩色炫跑等，丰富多彩的冰雪主题活动、浪漫壮观的冰雪美景，为游客带来了一个个体

消费升级向「新」而行

培育壮大新型消费的重庆观察

本报记者 黄典

灵感十足的冬季旅游盛会。

这座内陆之城，消费走向“国际范”

开年第一天，在重庆创业的陈胜在北滨路用“重庆名片”——火锅，接待了远方来渝的客户。一锅沸腾起伏的红油翻滚出地道的山城味道。小小的九宫格里，有来自巴西的鸡爪、新西兰的毛肚、越南的耗儿鱼，他自豪地介绍道：“重庆火锅，烫遍全球。”

近年来，依托中欧班列的开行经验，重庆率先发起建设西部陆海新通道，打通西部内陆最近出海通道，并通过与中欧班列接驳，实现了“一带”和“一路”牵手。随着西部陆海新通道火锅食材进口班列的开通，这些来自国外的火锅食材，通过全程冷链，“坐”着专列走上了重庆餐桌。

人潮涌动的重庆市“一带一路”商品展示交易中心里，坐落着美国、英国、法国、荷兰、俄罗斯、波兰、罗马尼亚、新西兰、澳大利亚、泰国、马来西亚等众多国家馆。酒水饮料、服饰箱包、家具家居、化妆品、保健品、工艺品琳琅满目，为市民提供了更多国际化的消费选择。

“线上引流+线下消费”，释放消费潜力

上团购、开直播、做预售——元旦至春节假期，重庆各大商店、景点、餐饮店，在抖音、美团、大众点评推出多种品类的购物卡团购和主题直播活动，消费者可线上购买后到附近门店使用。一系列线上线下联动、商品零售与服务零售相融合的新玩法，打开了实体商超参与拉动假日消费的新局面。

“电子商务作为新业态新模式，有力促进了消费场景创新、体验提升和潜能释放，是消费中的重要新增增长点，带动作用较为明显。”重庆市政协委员、市商务委副主任王珏说，2023年，重庆数字消费提速发展，新能源汽车、绿色智能消费回暖，住餐、文旅消费全面恢复，国潮优品和悦己消费快速增长，服务消费成为新的蓝海，夜间消费持续火热。利用线上消费引流优势，举办了“重庆6.18电商节”“万物直播季”和“网上年货节”等活动，组织全国知名电商平台和重庆造新消费品牌，推出“消费嘉年华”“金渝惠万家”等系列惠民让利活动，发放全市专属消费券总金额超2亿元，有力促进“重庆产”“重庆造”网络销售。活动期间，全市实现网络零售额平均增速18%。



▲“重庆小晏谷”紫薇路