

指尖消费旺 大众消费火 节日出游多

——羊年春节消费市场热点扫描



春节旅游成时尚 出境游超国内跨省游

除夕当天，不少人还在回家过年途中，在北京工作的吴女士已经和她的家人到达印尼巴厘岛，开始她的第一次春节出境游了。“春节跟家人出境游，既团圆过年，又体验异国文化风情，何乐而不为呢？明年还会继续这么过春节。”

像吴女士一样选择春节出游的人不在少数，尤其是出境游成为热点。国家旅游局官网信息显示，今年春季假期，出境游人数继续增长达到519万人次，同比增长约10%。

携程旅行网和中国旅游研究院统计数据显示：今年出境旅游的人数超过国内跨省游，占出游人数比例超过60%。国人的旅行脚步也越走越远。一对“80后”夫妻踏上南极大陆，单人消费最高超过16万元，成为“走得最远”“消费金额最高”的旅行者。

商务部研究院消费经济研究部主任赵萍认为，随着人们生活条件改善，文化消费需求增加，选择旅行过春节渐成时尚。而欧元、澳元等多国货币兑人民币汇率大幅贬值，激发了中国游客海外旅游和消费的热情，未来个性化旅游消费将成趋势。

文化消费受青睐 电影市场喜洋洋

记者在春节期间走访部分电影院发现，今年电影院观众与往年相比，情侣少了，全家老少一起看的多了。家住山东潍坊的张先生大年初四带了一家三口到电影院看《狼图腾》。他感慨地说，以前一张电影票至少要六七十块钱，现在团购一张还不到30块钱，而且还可以直接在线订座，不用去了再排队选座。

节日期间，成龙领衔的“丝绸之路”动作大片《天将雄师》，法国导演让-雅克·阿诺筹备多年的《狼图腾》，众星云集的《钟馗伏魔》，带着浓郁贺岁风格的《澳门风云2》和《冲上云霄》，以及两部“爸爸”系列综艺电影均成热门电影。

商务部数据显示，初一至初三短短三天，全国电影票房收入突破9亿元。据中国电影票房吧的不完全统计，仅初一至初五的票房已超越2014年马年春节档期14亿元的票房总和。

赵萍说，随着人们生活水平提高，文化追求层次也提升，以往过年聚会吃饭打麻将活动减少，相约看电影的人尤其是全家一起看电影的越来越多。加上各大电影团购网站竞争激烈，电影票价格“亲民”，羊年电影类文化消费有望表现不俗。



过“洋”年
新华社发 徐骏 作

大众消费多样化 节俭、健康成主题

春节期间，大众化餐饮受青睐，天价年夜饭不见踪影。无锡同庆楼年夜饭套餐价格每桌比去年降低1000元。老字号餐饮受热捧，节前一个月上海老饭店、西安饭店、兰州悦宾楼等老字号年夜饭包间预订量就达八成以上，多家老字号“一桌难求”。

此外，物美价廉的半成品年夜饭受到越来越多消费者的青睐。记者发现，早在春节前一个多月，电商就已经推出“年夜饭”销售活动，甚至出现了1元请知名大厨等活动。网上年夜饭有成品、半成品等形式，价格在100元至1000元不等。

尽管春节期间部分地区因燃放烟花爆竹而导致空气污染

指数上升，但相比去年，2015年春节不少地区鞭炮燃放量有所下降。北京市烟花办数据显示，截至初五，全市累计销售烟花爆竹170800箱，比去年春节期间销售量减少119200箱，同比减少41%。

中国国际经济交流中心咨询研究部副部长王军认为，除了各地采取的禁放烟花爆竹措施外，百姓环保意识提高，越来越追求健康、节俭、绿色的过年方式，是鞭炮销量变少的重要原因。未来消费将更多呈现节俭节约、文明健康、绿色环保的特点。

指尖消费更活跃 红包大战为消费添把火

尽管春节抢发红包已不是新鲜事，但今年红包大战的力度前所未有的。微信和支付宝官方数据显示，除夕当天，微信红包收发总量达10.1亿次，是2014年的200倍，QQ红包收发总量6.37亿个，抢红包人数为1.54亿；支付宝红包收发总量达2.4亿个，总金额达到40亿元。

一些2G、3G的网友戏言，“用2G、3G都不好意思跟人家抢红包，连影子都没看到就被抢完啦！等我换了4G回来再抢！”记者走访一些移动营业厅发现，除夕当日的4G忙时流量比去年高达近20倍。

专家认为，在社交媒体和网络服务的带动下，中国人过春节的方式也在与时俱进，通过信息化手段与传统文化的结合，将欢乐吉祥扩展到更为广阔的虚拟空间。由于电子红包的属性，消费者更容易通过电子商务的方式消费，从而拉动消费增长。

赵萍说，红包大战能更好地推动互联网时代线上线下融合，以及大批消费者和企业移动支付习惯的养成，从长远来说会给刺激消费添把火。

(本版均据新华社电)