

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 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、西安饭庄、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)