

首破万亿元! 春节消费亮眼

- 网络、定制等新兴消费看点纷呈
- 全国旅游接待总人数超四亿人次



记者10日从商务部获悉:2019年春节黄金周期间,全国商品市场保持平稳较快增长。据商务部监测,除夕至正月初六(2月4日至10日),全国零售和餐饮企业实现销售额约10050亿元,比去年春节黄金周增长8.5%。

今年春节,买年货、吃年夜饭、逛庙会等传统消费红红火火,年节礼品、传统食品、新兴电子产品、地方特色产品销售增长较快,网络消费、定制消费、体验消费、智能消费等新兴消费看点纷呈。

商品消费更重品质。春节黄金周期间,传统年货、绿色食品、智能家电、新型数码产品、地方特色产品等销售保持较快增长。河北保定、湖北潜江重点监测企业绿色有机食品销售额同比分别增长40%和18.6%。各大电商平台坚持春节不打烊,让消费者在节日期间也能

享受到便捷的网购服务。某电商平台春节期间销售额同比增长40%左右,智能手机、中高端家电、家居产品、时尚服饰等商品热销。

餐饮消费更显年味。年夜饭、团圆饭、亲朋宴成为春节餐饮市场主角,大众化、特色化餐饮受到青睐。各地餐饮企业年夜饭预订火爆。春节期间,北京重点监测餐饮企业销售额同比增长10%以上。许多餐饮企业和网络平台推出成品及半成品年夜饭外卖、厨师上门制作年夜饭等服务,某外卖平台年夜饭订单量同比增长107%。

生活必需品市场运行平稳。各地生活必需品市场供应充足、品种丰富、价格总体平稳。分品种来看,粮食价格保持稳定,36个大中城市大米、面粉价格均与节前一周持平。食用油价格基本平稳,其中大豆油、菜籽油价格均与节前持平,

花生油价格下降0.1%,调和油价格上涨0.1%。

今年春节假期,全国文化和旅游市场总体实现了“安全、有序、优质、高效、文明”目标。文化和旅游部10日发布的信息显示:综合各地文化和旅游部门、通信运营商、线上旅行服务商的数据,经中国旅游研究院(文化和旅游部数据中心)综合测算,全国旅游接待总人数4.15亿人次,同比增长7.6%;实现旅游收入5139亿元,同比增长8.2%,文化和旅游市场繁荣有序。

传统民俗和民间文化吸引力凸显。旅游过年已成新民俗,家庭游、敬老游、亲子游、文化休闲游成为节日期间主流的旅游休闲方式。春节期间,各地组织了丰富多彩的文旅惠民活动。北京、山西、内蒙古等12个省(区、市)开展“非遗过大年、文化进万家”系列文化活动。据中国旅游研究院(文化和旅游部数据中心)调查,春节期间参观博物馆、美术馆、图书馆和科技馆、历史文化街区的游客比例分别达40.5%、44.2%、40.6%和18.4%,观看各类文化演出的游客达到34.8%。

三四线城市、各地乡镇春节文化生活丰富多彩,欢乐春节全球参与。民俗活动、文化展览等丰富了人民的节日生活。全国各地县、乡、村举办了丰富多彩的文旅活动,村民当上了“春晚”导演,左邻右舍成为舞台主角,逛庙会、猜灯谜、旅游文化巡游等迎新年活动吸引广大游客到农村去闹新春,草莓采摘、柑橘采摘成为亲子游的热门活动。

(据《人民日报》)

除夕到初五

8.23亿人次收发微信红包

2月10日,微信官方发布2019年春节数据报告。数据显示,从除夕到初五,微信消息发送量同比增长64.2%,8.23亿人次收发微信红包,微信运动全体用户走出9.63亿步。有趣的是,随着候鸟人群返乡,春节期间在非常住地的微信支付消费共产生了12.4亿笔。

收发红包总量排名

北京广州重庆居前三

除夕到初五期间,在微信中发生的消息发送量较去年同期增长64.2%;8.23亿人次收发微信红包,同比增长7.12%。除夕这一天,用户们在微信上的活动最频繁,单日消息和朋友圈信息量达到顶峰。其中,90后正在成长为移动互联网世界的主宰,实现了发出最多条微信消息、最多条朋友圈、最多个表情包,以及收发最多次微信红包的“四个最”。

除夕到初五的红包收发总量排名中,北京、广州、重庆成为TOP3。其中,收发量最大的北京被誉为“年度红包城市”,同时因红包发送和收取量均为最大,成为被人羡慕的“最懂得爱与被爱滋味”的城市。

正月初一宅男宅女多

80后90后占比超六成

春节假期被许多人视为进行社交、运动和充电的黄金时段。

除夕到初五,微信运动全体用户共走出了9.63亿步,同比增长50%。按照平均每步0.5米计算,微信运动全体用户已经“走完”地球一圈,其中,1.3亿人走出超过10000步的成绩。大年初一的国民运动量形成两极分化,这一天步数超过10000步的人最多;但同时,微信运动不足100步的人数也最多,其中80后与90后整体占比60.7%,超越了国庆时的56%,这一次“百步青年”们宅得更加彻底。

(据新华网)