



中国旅游研究院预测“十一”黄金周旅游市场将接待5.89亿人次——

国庆长假，你有啥消费计划

本报记者 吉蕾蕾

每年国庆长假，浓郁的节日气氛都会带火全国消费市场。大众餐饮、商品销售、旅游休闲、宾馆住宿、文体娱乐、婚庆市场等节日消费亮点纷呈，各路商家也是铆足了劲，推出各式促销活动吸引消费者。

对于上班族来说，“十一”长假不仅是展现爱国情怀的日子，也是享受美景、休闲放松的好时间。来一次说走就走的旅游、和心爱的他(她)走进婚礼殿堂、看几部新上映的电影、去国家大剧院享受一次娱乐盛宴、到郊外感受秋日的美好……都是不错的选择。

旅游市场依然火爆

面对即将和全家去美国游玩的国庆长假，北京白领刘籽芯兴奋之余，显得十分从容。她告诉记者，早在7月份她已经办好签证、买好机票、订好酒店，做好了一切攻略。“难得的长假当然要提前规划，而且提前买机票非常实惠，一个人往返美国机票才4000多元，既划算又可以和家人一起出境游。”刘籽芯说。

对于上班族来说，国庆长假无疑是最佳出游时间，今年也不例外。中国旅游研究院日前发布的预测说，今年国庆7天长假预计旅游市场接待5.89亿人次，同比增长12%；旅游收入4781.8亿元，同比增长13.5%。按照这一数据，国庆人均旅游花费将超过800元。

根据中国旅游研究院(国家旅游局数据中心)对全国60个样本城市开展的《中国大陆居民出游意愿调查》，四季度我国居民出游意愿为79.2%，这其中有55.5%的居民选择“十一”黄金周期间出游，出游意愿高。同时，受供给侧旅游企业产品优化和价格促销影响，今年国庆旅游市场有望保持稳定增长。

调查显示，长假期间，国内游、出境游供需两旺，故宫、西湖、上海迪士尼、九寨沟、丽江等热门景区人气爆棚，特别是长三角地区游客量将创新高。驴妈妈旅游网最新发布的《2016国庆出游趋势报告》也显示，随着近年来众多国家推出放宽签证、增加航班、新增中文服务等措施，使传统意义上较为冷门的旅游线路如东欧、摩洛哥、斯里兰卡等持续走热，成为出境游市场新增长点。

面对火爆的市场，旅游价格并没有因此水涨船高。“今年大部分国内游、出境游线路价格都保持平稳甚至有所下降。”携程网相关负责人介绍，长假期间，携程网推出了几十个旅游产品，还联合国内外旅行社、航空公司、景区、酒店、银行推出了天天特卖。去哪儿网更是针对国庆长假推出了“99嗨游季”旅游特价狂欢活动，出国游价格最低666元。

不过，中国旅游研究院也提出，当前旅游目的地服务质量是社会广泛关注的问题，人流量增多将给景区住宿、餐饮、道路交通等带来较大压力，如何保证服务质量值得关注。此外，旅游电信诈骗事件多发，从以往经验来看，以退订机票、团费等名义的电信诈骗在国庆长假期间有增多趋势，消费者须提高警惕。

文化盛宴接踵而至

对于不喜欢出门旅游的侯宝瑞来说，他的国庆长假是从9月30日晚上留在北京看一场演出开始的。侯宝瑞告诉记者，自己非常喜欢文化娱乐活动，只可惜平时工作忙得连看电影的时间都没有，国庆长假出门旅游又怕人太多，“还好长假期间的各种演唱会、话剧、电影都比较丰富，可以好好地利用这个假期跟女朋友一起看看演唱会，再去国家大剧院看场歌剧表演。听说首都博物馆也有很多展览，不慌不忙、优哉游哉过好假期是我最喜欢的度假方式”。

为了丰富广大市民国庆长假的业余



① 9月30日，第九届中国(廊坊)国际热气球节在河北廊坊市安次区第什里旅游文化休闲农业景区开幕。吸引了来自全国各地的多支热气球代表队和30支风筝队参赛表演。 本报记者 李景录摄



② 北京长安街摆放的花卉吸引游客驻足。 本报记者 吉蕾蕾摄

③ 北京西单商圈各大商场为迎接国庆长假，推出各种促销活动。 本报记者 吉蕾蕾摄

④ 北京阜成购物中心某餐馆生意火爆。 本报记者 吉蕾蕾摄

⑤ 在北京图书大厦，爸爸正在给女儿挑选童书。 本报记者 余颖摄



文化生活，让“在家”的市民也有多姿多彩的活动，全国各地的影视剧院、博物馆等等都呈上了一场场特色文化盛宴。

在前不久举办的首届成都国际音乐诗歌季开幕式上，大型交响诗晚会《花重锦官城》拉开了四川成都市今年国庆文化大餐的序幕。据了解，国庆期间，成都当地将围绕音乐和诗歌，为民众提供中国现当代诗歌配乐朗诵会、诗意的交响乐专场等11场主体活动和300余场配套活动，而且绝大部分活动是免费的公益性文化惠民活动。

在北京，歌剧、话剧、戏曲等文化娱乐节目更是数不胜数。国家大剧院为首都市民精心准备了12台37场涵盖歌剧、舞蹈、音乐会、戏剧的精品演出，为新中国华诞献上了一份文艺大礼，也让爱好艺术的观众朋友能够畅游国家大剧院这座艺术殿堂，度过丰富多彩的国庆假期。

除了看舞台演出，去电影院看场电影也是大部分消费者的消遣方式。同时，每年国庆电影档期，也都会让各大院线掀起袖子期待能大赚一笔。据统计，

国庆档票房从2008年到2015年实现了阶梯式逐年增长，2008年国庆档票房只有1.7亿元，到了2013年已飞跃至6.2亿元，而去年国庆档上映的10多部影片更以18.5亿元的总票房再创新高，成为“史上最强劲档”。

那么，今年国庆档总票房会呈现怎样的局面？对此，业内专家表示，尽管今年国庆档上映的《从你的全世界路过》《爵迹》《湄公河行动》《王牌逗王牌》等影片并不在少数，但相比去年，今年的影片显得没那么强势，“对于观众而言，电影好看才是最重要的”。

婚庆市场迎来高峰

这个国庆长假，对于原本计划举办婚宴的李俊逸来说，多少有点遗憾。李俊逸告诉记者，一个多月前打电话到当地一家星级酒店准备预订国庆长假的婚宴，结果被告知“10月1日至7日早就订满了，而且都是半年前就已经预订好了的，现在要预订只能订到12月份”。

记者在采访中了解到，北京不少星级酒店在国庆长假期间的婚宴早已“爆满”，有的酒店甚至一天要办五六场。北京宴总店的工作人员小王告诉记者，今年订婚、结婚的特别多，很多新人早在年初的时候就把日子订好了，“店里的婚宴预订都已经排到了明年5月份”。

火爆的可不仅仅是婚宴，好的婚庆公司也同样抢手。江苏省连云港市素素婚礼馆老板张百兰告诉记者，“十一”期间他们公司的婚庆早就排满，“本地的、附近城市的都有，公司4名司仪团队全部上阵，活儿最多的司仪一天要主持3场婚礼”。张百兰说。

国庆长假，秋高气爽。在这期间拍摄婚纱照的新人也不少。记者来到位于北京灯市口附近的蒙娜丽莎婚纱摄影东单总店发现，一楼大厅里门庭若市。当问及现在预订的话什么时候能拍照时，顾问小徐向记者介绍说，现在是拍摄婚纱照的旺季，预订拍摄至少要提前半个月，“现在预订的话得排到两周以后，如果一定要在周末拍的话，可能还要延后”。

不过，生意红火的影楼里，虚高的价格也让不少新人望而却步。以蒙娜丽莎婚纱摄影店推出的套餐为例，价格最高的套餐要26999元，最便宜的也要5999元。从事婚纱摄影10多年的刘小冬坦言，现在的年轻人结婚几乎没有不拍婚纱照的，有的甚至会选择高端的海外旅行拍摄，“大部分新人选择拍摄店都会考虑拍摄场馆、服装以及后期制作，往往会忽视价格上的猫腻，这不仅导致了天价婚纱照套餐的出现，拍摄过程中‘二次消费’的纠纷也常有发生”。

对此，业内人士提醒消费者，拍摄婚纱照首先要货比三家，或者向有经验的朋友咨询，选择口碑较好的正规影楼；其次，要对影楼整个拍摄过程及后期制作可能产生的费用作详细了解，并进行约定；还有，要尽量签订合同示范文本，协议内容应尽量包括礼服套数、入册相片的张数等具体内容，确保明明白白消费。

今年国庆期间，正值第四届北京惠民文化消费季和第三届安徽惠民文化消费季举办。跟房子、车子、家电、食品等物质消费相比，文化消费属于“无中生有”，再多也不嫌多的那一类。普通人家三五年里买一辆车、一台洗衣机就够了，鸡蛋、大米、水果也是按需购买。可文化消费不一样。好的文化产品能激起消费者本不存在的购买欲望。而且，文化消费欲望受限少，今天看场电影，明天买本书，后天看场演出，多数人都欣然接受。从这个角度说，文化消费可以平地起一座国贸三期。

另一方面，文化消费又属于可有可无的。饭不吃不行，电影、展览不看也无所谓。如何才能把消费者那一点可有可无的消费冲动变成行动，把文化消费的高楼建起来？北京、安徽两地的实践可供借鉴。

2013年，北京首创了惠民文化消费季。2015年的第三届北京惠民文化消费季3个月里累计消费人次4857.41万，消费金额112.1亿元。与第二届消费季相比，消费人次增加1084.92万、增长28.8%，消费金额增加10.3亿元、增长10.1%。2014年，这套办法被安徽学去，在中部地区也掀起一场文化消费热潮。据不完全统计，前两届文化惠民消费季期间，安徽省累计参与文化消费人数超过9800万，消费总额超过230亿元。

一张卡，每次几元至几十元补贴，看似不多，但是凭借创新的智慧，补贴的实惠，蚂蚁雄拉动了文化消费的大象。

不过，如果只是补贴，消费者不一定买账。相关企业和部门还必须紧跟消费者需求，不断创新。今年北京消费季就有两大变化，一是把实体惠民卡变为电子卡，通过微信即可申请，并且将原本给商户的补贴转给消费者，通过网站、微信直接发放1000万元电子代金券，可在文化艺术、新闻出版发行、广播影视和文化电商四个领域的59家试点合作单位使用。一张电影票30多元，优惠后只要20多元，值得跑一趟电影院了。

二是首推文化消费品牌榜，评选并发布年度“十大文化创意产品”“十大文化旅游线路”“十大文化消费地标”“十大文化体育赛事”“十大文化艺术展演”等五类50个文化消费品牌。跟着榜单走，让消费者更加有的放矢，也提高了企业的参与热情。

通过北京和安徽两地实践，已经证明政府引导、市场运作，整合文化消费资源，创新文化供给以释放文化消费潜力的路子是有效途径，其他地区 and 部门完全可以借鉴惠民文化消费季的经验。

当前我国正处于扩大消费规模、促进消费升级过程中，国家统计局调查显示，消费已经成为我国国民经济的主要引擎，对GDP的贡献超过70%，其中文化教育娱乐旅游等服务支出增长速度尤其快。2015年，城镇居民人均消费粮食比2013年减少7.2%，农村居民人均消费粮食比2013年减少5.5%，但全国居民人均教育文化娱乐支出比重却由10.6%提高到11.0%。

各地各部门若能抓住消费升级这一机遇，完全可能打造当地经济发展新引擎。与此同时，发展文化消费可以“倒逼”文化产业以及相关产业发展，推动艺术创作与生产的发展繁荣。因为文化消费的发展一方面取决于消费者的消费能力和消费意愿，另一方面取决于文化产品供给。

平乡车博会显示国庆消费新趋势：两个轮的车更时尚

本报记者 乔金亮

作为一种时尚出游方式，自行车消费在国庆假期就迎来一轮热潮。人们选购各具特色的自行车产品，以期国庆假期出游更个性。

“现在两个轮的车比四个轮的车更时尚。”近日，在河北省平乡县举行的“中国·平乡自行车博览会”上，50多岁的上海市民郭锡钧告诉记者，“今天准备给儿子买一辆自行车，国庆长假肯定用得上。”

碳纤维自行车、智能电动自行车等各种高精产品亮相，各式各样的童车产品令人眼花缭乱。平乡自行车博览会展览面积达2.6万平方米，参展产品涵盖了自行车、童车、电动车等产品，吸引了300多家国内外采购商和2万多家国内采购商以及众多专业消费者现场抢购自行车。除博览会外，同期举行的固齿自行车运动会、自行车主题表演、自行车竞技比赛等多项活动，又添设了许多新鲜元素，极具趣味性，吸引了大批消费者的关注。

“今年现场订单比往年增加了3倍，可以用‘抢’来形容。”平乡自行车客商刘立刚告诉记者，他做自行车有20年了，以前平乡生产的自行车以贴牌为主。随着消费者需求的多元化和个性化，平乡自行车正往品牌化、高端化方向发展。经过多年的升级，如今本地企业已经开始打造、研发自己的品牌。同时，对质量也增加了要求，现在的平乡自行车已经走出了国门，受到了国外客商的欢迎。

自行车从传统代步工具逐渐演变为健康、环保的时尚生活方式。这种新风尚也引领着国内自行车消费的新动向。运动型、山地型、休闲型成为人们追求的新方向。出席博览会的中国自行车协会有关负责人表示，消费者的喜好是市场变化的重要风向标。符合健身、休闲、运动概念的中高档自行车越来越受到中国消费者的偏好。

平乡县自行车协会会长柴存亮说：“平乡县越来越多的自行车企业意识到，技术装备创新才能提高产业的核心竞争力，要把自行车打造成健身、运动、休闲等多种功能于一身的时尚载体。”如今，平乡县已形成了集自行车、童车产业研发、生产、销售、检测于一体的产业链。自行车、童车产品出口已占国内市场的50%、国际市场的17%。

本版编辑 梁剑箫

最新发布的《2016异地在线消费趋势报告》显示——

异地游客消费能力提升



本报讯 记者余颖报道：美团点评数据研究院近日发布《2016异地在线消费趋势报告》，显示异地消费在总体消费中的占比正在扩大，本地生活服务(美食、休闲娱乐、酒店、景点)中来自异地用户带来的交易额占比超过10%，餐饮娱乐在异地消费中比重增长明显(从17.1%到20.6%)，异地游客消费能力比本地居民高出20%。对于期待在国庆黄金周期间挣个盆满钵满的商家来说，这真是个好消息。

后异地消费水平高出本地消费近40%。报告分析发现，女性在异地消费中比重高于男性，占比58.8%，同时年龄多分布于25—30岁。美团大众点评分析认为，女性在异地消费中决策权高于男性，且从年龄维度已具备收入条件的中高端人群占比更高，旅游相关从业者可更多关注这类用户的营销推广，在服务设计方面除了满足大部分人群的需求，也要更多关注客源人群的消费特征。

在所有异地在线生活消费中，大城市游客的消费能力最为旺盛，其中73%的异地消费来自北上广深、南京、成都、武汉、沈阳、无锡等地，而更多三四线城市的消费者在异地出行方面的消费还相对较弱。美团大众点评分析认为，一方面大城市用户的消费能力较强，另一方面大城市用户的互联网使用频率也更高，特别是在异地消费中的移动互联网使用感知要远远优于其他中小城市。

报告指出，对于异地游客而言，酒店消费显著高于本地居民，休闲娱乐需求相对减少，但对于美食的追求无论身处何地都是一样的。在本地、异地居民的消费分布中，美食消费均在60%左右，显示出“吃”是个刚需。异地游客在美食和休闲

娱乐上的消费时段和本地居民并无明显差异，但不同类目的异地消费存在着明显差异。记者了解到，有效挖掘异地和本地场景下用户的消费习惯，可以帮助当地旅游部门及商户有效地吸引顾客，满足差异化需求，从而提升交易额，提高当地旅游业发展水平。例如报告分析认为，根据异地游客中不同类型服务的消费时段，可以为游客定制专门的旅游线路，线路可以根据消费习惯的时间路径进行订制，在酒店及餐厅附近多设置休闲娱乐场所，而减少在景点附近的娱乐场所布置。