

经济日报携手京东发布数据——

# 节日消费新看点

## 长假不远游 生活也多彩

李苑

受近期零星散发疫情影响,国内个别地区中秋节前就发通知鼓励群众就地过节,非必要不离开当地。不少人改变了中秋假期异地旅游、回家探亲的计划,留在当地过节。有数据显示,今年中秋假期游客出游以自驾游、近距离和短时游为主,周边游的预订人数占出游总人数比例为56%。

十一国庆长假将至,如何在不发生大规模人员流动的前提下,让人们既能度过一个愉快的假期,同时又能带动当地旅游消费,这为各地开拓文旅业创新发展提出了新课题。对地方而言,创造丰富的旅游度假产品,吸引更多人选择城市周边游,意味着搭建更加立体多元、有差异化的旅游消费场景,更好满足不同

类型的消费需求。

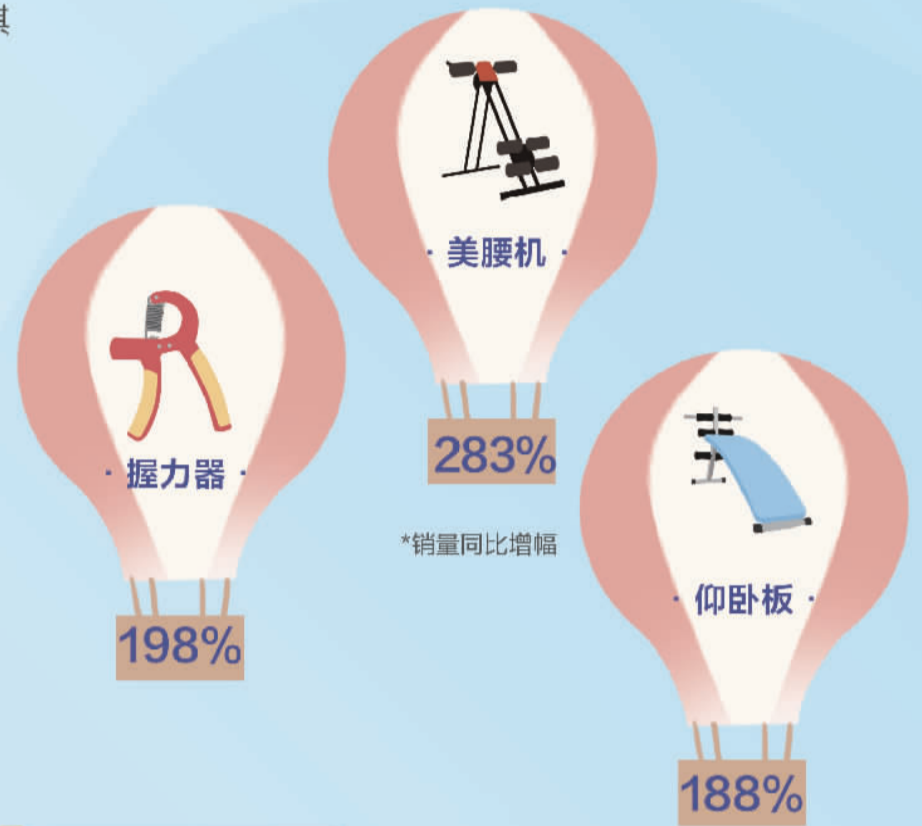
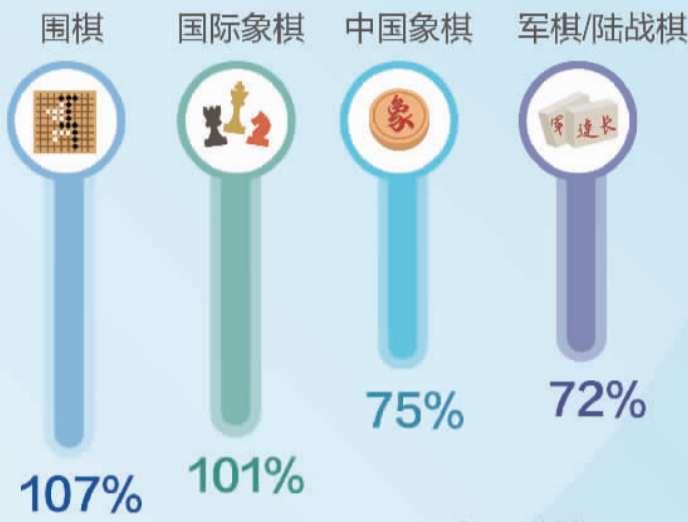
我国疫情应对经验丰富、防控效率较高,应急响应机制正逐步健全。但是疫情也给人假期出游发出了预警,提醒人们积极防范、科学管理,在出行过程中时刻绷紧疫情防控这根弦。有出行计划的人们要认真选择目的地,同时严格遵守目的地和所在地的防疫政策,做好防疫措施。各地旅游景区依然要坚持“限量、预约、错峰”的基本要求,严格执行景区疫情防控措施。

其实,一个愉快的假期,不仅是玩得好,更要过得安全、健康。假期不外出旅游,可以趁此放松心情,做运动、看书、看电影、约几个同城好友吃个饭,同样能拥有一个快乐的假期。

### 居家活动类

受疫情影响,中秋节日期间不少人选择宅在家里。消费者购买家居产品的选择标准也发生明显改变,互动性强、有健身功能的产品大受欢迎

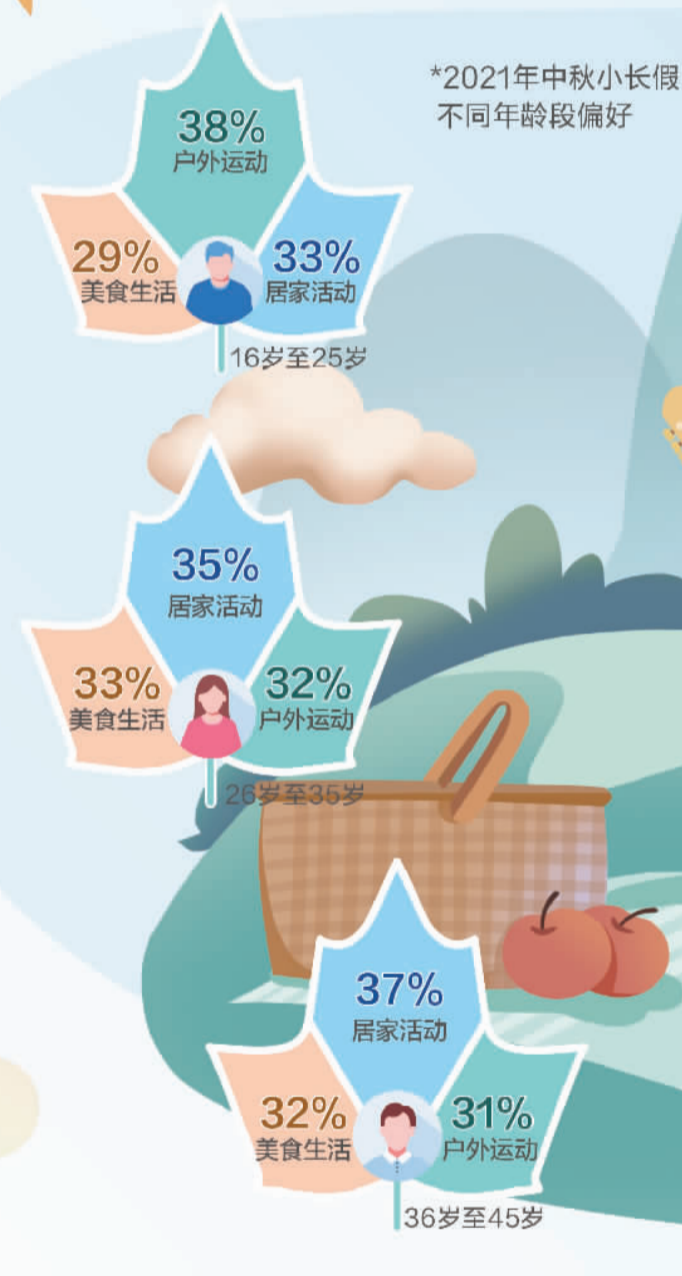
益智棋牌是假日家庭聚会娱乐首选,宅家不忘健身锻炼



### 说数



\*2021年中秋小长假不同年龄段偏好



### 美食生活类

中国地大物博,风俗各异,中秋佳节的过法多种多样,特别是地域色彩浓厚的食品更受欢迎

### 品味地方特色美食

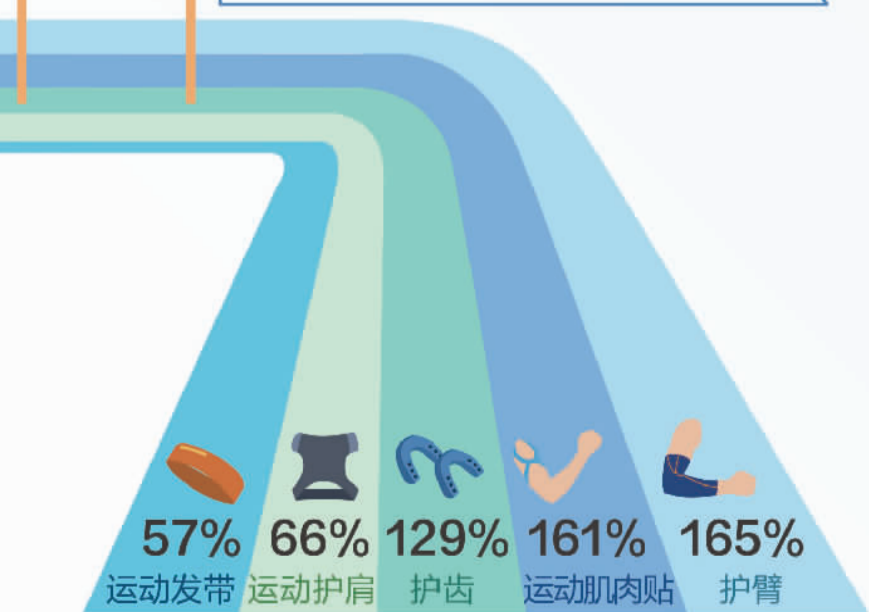


### 户外运动类

户外用品的购买需求逐渐从实用性向新颖性转变,消费者对户外用品的购买也逐步向中高端演进

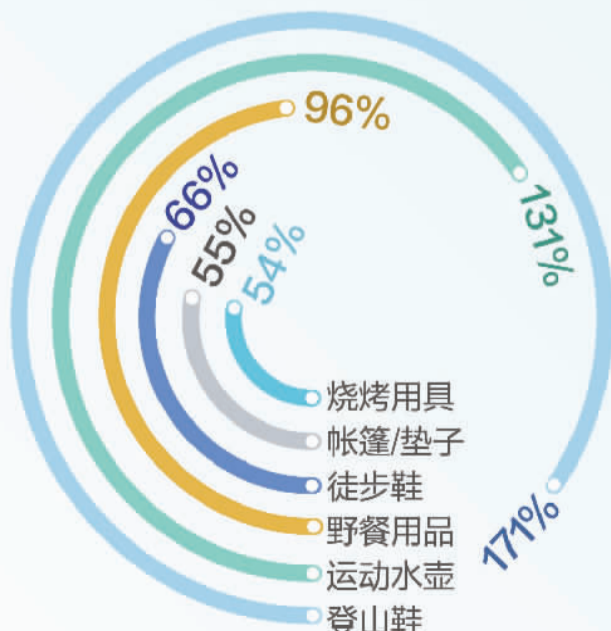
### 运动护具不能少

GO! 户外活动增加带动运动护具热销



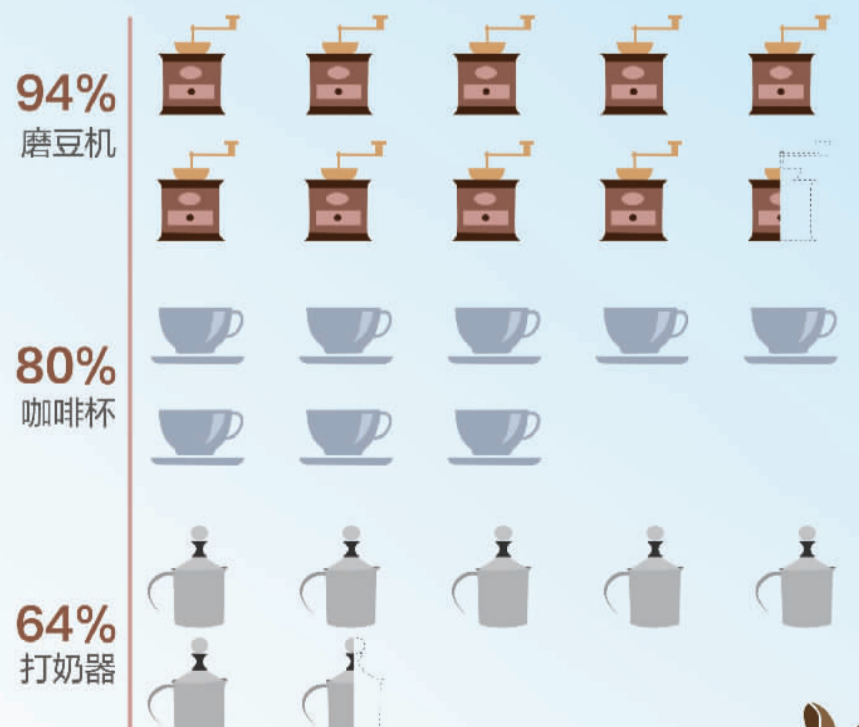
\*销量同比增长

### 户外装备热销



\*销量同比增长

### DIY一杯香浓咖啡



\*销量同比增长