

文旅消费升温 市场活力释放

——2024年中秋假期盘点

丹桂飘香,明月皎皎,又是一年中秋节。车站机场熙熙攘攘,热门景点人头攒动,影院剧场座无虚席……今年中秋假期,国内1.07亿人次出游、出游总花费510.47亿元,“人潮”带动“人气”,汇成一幅流动中国的优美长卷,折射中国经济稳中有进的发展态势。

传统民俗活动推陈出新

9月15日晚6点,北京园博园三号门广场,以“月映雅乐中秋情”为主题的民俗演出在现场观众热烈的掌声中开场。民乐打击乐《龙腾虎跃》鼓点铿锵,一曲奏罢,观众仍沉浸在旋律之中。

投壶下棋、国风表演……同日晚,正在重庆市梁平区举行的“双桂揽月·只此中秋”游园会,吸引不少市民参加。“我和朋友专门穿着汉服来体验游园会,还亲手制作了漆扇。”市民陈女士说。

中秋佳节,全国多地立足传统民

俗、创新文化场景,推出了丰富多样的文化活动,更好满足消费者需求。

在浙江永康方岩风景名胜区举行的方岩庙会上,村民们身着传统服装,手举大旗,交叉跳阵,长棍独练、短棍对拆等武技表演精彩纷呈;

在黑龙江哈尔滨冰雪大世界,游客与化身“嫦娥”的巡游演员对诗,成功者可免费获得一盏古风灯笼;

在江苏扬州,夜色中,瘦西湖上的古桥、古建筑被灯光点亮。岸边,古风游戏、诗词互动等沉浸式体验活动,让市民与中式美学来一场月下邂逅……

出行数据显示,灯会游园需求旺盛。根据滴滴出行数据,中秋假期,北京园博园、昆明大观公园、广州文化公园举办了中秋灯会,打车需求相比端午假期分别上涨340%、155%和82%。河南开封万岁山武侠城景区举办中秋专场音乐会,打车需求上涨152%。

中国人民大学公共管理学院教授许光建说,各地以共度中秋佳节为契机,深入挖掘诗词歌赋、礼仪风俗中的文化内涵,积极打造文化新产品、新业态,推动了中华优秀传统文化创造性转化、创新性发展。

消费更趋理性和个性化

今年中秋假期,国内消费市场继续彰显活力。

商务部有关监测数据显示,假期3天,全国重点监测餐饮企业销售额同比增长6.5%,重点监测企业绿色有机食品、通讯器材销售额同比分别增长18.1%和5.7%;全国实物商品网上零售额同比增长8.9%。

中秋寻古,吃月饼是必不可少的一环。今年月饼市场兴起了“简约风”,不少礼盒包装层数不超过三层。月饼在分量上也进行了“瘦身”,小包装、迷你月饼成为市场新宠。

“散装的小月饼很实惠,口味和数量可以自由搭配,价格也合适。”在安徽滁州一家大型超市,前来购买月饼的李先生说。

商务部研究院副研究员庞超然说,消费者逐渐从过去的盲目追求奢华,转变为更加注重品质和口味,月饼这一传统节日食品正回归其文化内涵和本质意义。

消费市场更趋理性和个性化。美团数据显示,中秋假期,“中秋”“团圆”主题餐饮团购订单量较去年同期增长超5倍,餐饮堂食增长近20%;休闲露

营订单量同比增长312%,DIY手工坊订单量同比增长136.8%。京东数据显示,低糖月饼备受青睐,比如低糖五仁月饼成交额同比增长45%;性价比较高的白酒受到消费者追捧,在调研中更多消费者选择单价在100至300元的白酒。

“节假日消费是观察经济活力的一扇窗口。中秋假期,理性和个性化消费趋势明显,表明我国经济结构持续优化,逐渐形成需求牵引供给、供给创造需求的更高水平动态平衡。”庞超然说。

文旅融合趋势明显、短途游成主流

中秋节期间,在位于宁夏中卫的沙坡头旅游景区,连绵的沙丘、壮美的黄河吸引着众多游客纷至沓来。来自四川成都的崔璐陪同父母在沙坡头体验了骑骆驼、大漠飞天等项目,“和家人在这里感受大漠风情,体验中国传统文化,很是难忘。”

旅游市场持续火热。据文化和旅游部数据中心测算,中秋节假期,全国国内出游1.07亿人次,按可比口径较2019年同期增长6.3%;国内游客出游

总花费510.47亿元,较2019年同期增长8.0%。

文旅融合是突出亮点。飞猪数据显示,中秋假期,赏月游、赏灯游的搜索热度同比分别增长61%、267%,北京园博园“京彩灯会”、成都武侯祠拜月祈福仪式等主题活动成为中秋假期赏月游、赏灯游热门景点。

“微度假”短途游成假日主流。据了解,今年中秋假期呈现以中短距离游为主的特点,在市内及周边的“微度假”

备受欢迎。携程数据显示,中秋假期,同省酒店预订占比超50%。

出境游延续较高增长态势。飞猪数据显示,中秋假期出境游预订量在端午基础上继续增长,境外门票、境外当地玩乐、国际邮轮预订量环比端午假期均保持两位数增速。

“重视文化体验和个性化服务是今年中秋旅游市场的突出特点。欣欣向荣的假日旅游市场,彰显着中国经济发展的新活力。”许光建说。

文化市场火热向好

中秋假期,电影市场供给丰富。根据国家电影局统计,中秋档(9月15日至17日)全国电影票房为3.89亿元,观影人次为957万,国产影片票房为3.32亿元,占比为85.35%,《流浪地球2(3D版)》《野孩子》《出走的决心》等影片类型多样。

“文博游”热度持续升温。中秋佳节,全国各地博物馆纷纷“上新”各自展陈:重庆巴渝民俗博物馆举办“梦回古今——博物馆中秋之夜”主题游园活动,通过古今交融的陈列展览、非遗展演和民俗消费体验,让市民和游客沉浸式体验古人夜游场景;在长沙简牍博物馆,孩子们身穿汉服,在“古代书房”沉浸式感受古人读书氛围;杭州博物馆邀请游客在中秋之夜亲手制作莲花灯。

携程数据显示,中秋假期,各地博物馆门票订单量较端午假期增长15%。美团数据显示,湖北省博物馆、陕西历史博物馆秦汉馆等成为假期热门打卡地。

以深度体验传统文化为主的“新中式”消费火热。美团数据显示,中秋假期,茶馆“新中式”主题套餐订单量同比增长550%，“非遗手工”搜索量同比增长373%，“国宾馆”搜索量环比上涨11%。

“总体来看,这个中秋假期,文化活动多样、民俗体验丰富,消费市场活力足、人气旺,假日经济正焕发新的活力。”庞超然说。

(魏玉坤)

2024北京餐饮品牌大会圆满举办

本报讯 张天元 近日,2024北京餐饮品牌大会在京成功举办。大会以“开放融合焕新”为主题,齐聚政府部门、餐饮领军企业、行业专家及技能大师,携手共同助力北京建设国际美食之都。大会不仅发布了《2024北京餐饮业观察报告》,深度剖析北京餐饮业现状及未来走向,推动行业加速迈向高质量发展之路,还揭晓了2024北京餐饮十大品牌,及北京餐饮品牌活力之星、北京餐饮美食人气之星、2024北京餐饮工匠等近百个餐饮品牌和优秀人才案例,为北京餐饮业品质提升与创新发展树立了标杆。

据介绍,大会由北京市商务局指导,北京烹饪协会与北京商报社联合主办,中国建设银行北京市分行支持,凸显政府、行业与社会各界对推动北京餐饮业繁荣发展的高度重视与共同期待。

《2024北京餐饮业观察报告》(以下简称《报告》)在会上正式发布。延续往届传统,《报告》再次以权威视角和扎实数据,为业界绘制了一幅首都餐饮业发展的全景图,通过综合运用问卷调研、数据分析、趋势预测及深度行业剖析等手段,深刻剖析了北京餐饮业当前的发展态势,生动展现了餐饮业在连锁化、多元化、国际化道路上的快速进步与探索历程,精准把握行业脉搏,前瞻性地揭示了未来发展的新趋势与蓝海机遇。

《报告》显示,2024年上半年北京市餐饮业注册量虽有所回调,但日均新开设店铺仍保持在26.5家的活跃水平。多组数据反映出餐饮行业迭代加速、竞争加剧的现状。区域分布来看,截至8月,朝阳区、昌平区及延庆区在餐饮企业存量上领跑全市,而朝阳区、昌平区及丰台区则在新增注册量上表现突出,展现出区域市场的不同活力。

消费端方面,《报告》指出,小吃快餐因便捷、经济的特点持续受到热捧,特别是年轻消费群体对饮品、火锅等品类的偏好显著增长。这些品类的标准化运营和高效出餐模式,不仅简化了管理流程,更直接降低了行业门槛。也正因如此,北京餐饮门店人均消费方面,人均消费21~30元的门店最为密集,其次是人均31~40元,体现了消费者对性价比的极致追求。

为全面展现行业风采、提振市场信心,本次盛会集中推介了2024北京餐饮十大品牌、北京餐饮品牌活力之星、北京餐饮数智创新之星、北京餐饮社会责任之星、北京餐饮美食人气之星以及2024北京餐饮工匠等近百个餐饮品牌和优秀人才案例。

其中,全聚德、北京宴、北京华天、大董、哈马尔罕、胡大、眉州东坡、四季民福、旺顺阁、阳坊涮肉上榜“2024北京餐饮十大品牌”,萃华楼、便宜坊、东来顺、花家怡园、老门框爆肚涮肉、南来顺、西贝、鸦儿李记、玉林烤鸭、紫光园荣获“2024北京餐饮品牌活力之星”。这些案例在全领域、多层次构建起杰出餐饮品牌的壮丽画卷,有力彰显了北京餐饮业的深厚底蕴与卓越创新能力。

同时,本次大会发布了2024北京餐饮工匠,包括20位优秀厨师和餐饮服务师。他们用精湛技艺与卓越服务,诠释了餐饮人的匠心独运,成为引领北京餐饮技艺攀登新高峰的先锋队伍。

此外,大会还公布了2024北京餐饮企业(集团)50强及餐饮门店100强。这些杰出代表不单是行业的楷模,还是引领餐饮新潮流、丰富京城美食文化的重要力量。它们的非凡成就,为北京餐饮业的高质量发展注入了蓬勃动力。

