

# “五一”小长假期间 全国接待国内游客总人数达1.15亿人次 文旅业复苏 小长假补偿性消费显现

《经济参考报》5月6日刊发题为《文旅业逐渐复苏 小长假补偿性消费初步显现》的报道。

文章称,“五一”小长假期间,全国接待国内游客总人数达1.15亿人次;全国29个省份消费金额完成了同比增长;上海“五五购物节”18小时12分钟支付总额破百亿元……在我国疫情防控进入常态后第一个小长假,消费市场密集交出喜人成绩单。专家表示,近日各地推出的各项促消费政策和集中促销活动,叠加“五一”假期效应,补偿性消费初步显现。随着政策效应逐步释放和更多利好政策落地,我国庞大的消费市场有望加速回暖。

《经济参考报》记者了解到,目前多个部门正围绕进一步激发消费热点和促消费升级加快出台细化政策,激发巨大的消费潜力,强化内需对经济的有力支撑。

今年的“五一”小长假延长至5天,是12年来首次,也是我国进入常态化疫情防控阶段后的第一个小长假。假期经济效应影响下,消费市场呈现蓬勃活跃态势。

由中国银联联合支付宝、财付通为上海“五五购物节”提供的实时数据显示,自5月4日20时购物节启动至5月5日14时12分,历经18小时12分钟,上海地区消费支付总额破百亿元。5月1日至5日,北京重点监测的100家商业流通企业实现销售额39.6

亿元,恢复至去年同期水平94.1%。支付宝数据显示,“五一”期间全国29个省份消费金额完成了同比增长,内蒙古、新疆、青海甚至达到了超过60%的同比高速增长。

这些只是“五一”小长假补偿性消费初显的一个缩影。记者5日晚从商务部获悉,5月1日到4日,重点监测零售企业日均销售额比节前一周日均销售额增长30.1%。

受疫情影响较大的文旅业也开始逐步回暖复苏。文化和旅游部数据显示,5月1日到5日,全国共计接待国内游客1.15亿人次,实现国内旅游收入475.6亿元。从出行方式来看,疫情影响下,自驾成为许多游客出行的最主要选择。携程统计显示,“五一”携程租车预订单已恢复至去年同期水平,并且还有10%左右的增长,带动省内游、短途周边游快速发展。

文化和旅游部部长雒树刚日前介绍,文化和旅游系统在做好疫情防控各项工作的基础上,有序推动复工复产,组织各地提供了丰富多彩的假日文化和旅游产品,充分挖掘了可以开放的旅游资源。据不完全统计,全国近70%的旅游景区有序开放。

专家认为,近期密集推出的各项促消费利好政策以及集中促销活动,叠加“五一”假期效应,对于增强消费信心、提振消费市场发挥了重要作用。

商务部研究院流通与消费研究所副所长关利欣在接受《经济参考报》记者采访时表示,今年“五一”小长假促消费力度显著大于以往:一是中央和地方齐发力。在各地结合自身条件发放消费券、补贴让利的同时,商务部等部门也启动“双品购物节”等活动,共同激活消费市场。二是政府和企业同进退。在财政出资发放消费券的同时,企业也给消费者提供打折让利,合力营造节庆消费氛围。三是线上和线下广结合。不仅促销活动通过线上、线下多种方式推进,线上领券、支付,线下购物体验的消费方式也深入人心。

不过,关利欣也指出,消费的恢复需要渐进过程,接下来还需要有更多细化政策出台,重振消费信心,畅通以消费为引领的经济循环,强化内需对经济的有力支撑。

事实上,这也是接下来消费市场施策的重要方向。《经济参考报》记者获悉,目前,商务部、国家发展改革委等相关部门还在研究出台进一步的促消费措施,其中汽车、家电家具等市场将成为重要发力点。

在汽车市场,商务部、财政部、交通运输部等相关部门正在就完善二手车市场研究政策措施,近期有望修订出台《二手车流通管理办法》,促进加快二手车流通,带动新车消费。各地也密集出台优化汽车限购和鼓励购买新能源车相关举措,加快释放汽

车市场消费需求。

在家电家具市场,商务部正在联合有关部门和地方政府推进绿色智能产品销售,鼓励“以旧换新”政策有望加快落地。商务部表示,将鼓励有条件的地区结合实际制定奖励与补贴相结合的消费更新换代政策,鼓励企业开展消费电子产品以旧换新,积极促进绿色节能家电、家具消费。

另外,在促进消费升级领域,商务部表示将把握时机加快推进步行街改造提升,确定一批全国示范步行街,启动第二批试点;推进国际消费中心城市培育建设,结合当地实际配套支持举措;配合财政等相关部门,完善免税店政策,吸引更多消费回流。

除实物消费外,文化旅游市场也正在迎来更多利好政策,促进行业转型升级,释放更多潜力。

记者了解到,疫情防控期间,线下文化旅游活动受到影响,但线上新业态新消费不断增长。不少景区都在试水“云旅游”项目,一批VR文化旅游产品应运而生。

围绕这一新趋势,文化和旅游部正在推进落实财政、税收、金融等政策,帮扶企业降低疫情影响,增强数字文旅企业的发展信心和后劲。扩大优质数字文旅产品供给,发展沉浸式体验型文旅消费,引导和培育网络消费、体验消费、智能消费等新热点新模式。

“我国疫情防控向好态势进一步巩固,经济长期向好的基本面没有改变,旅游业持续增长、稳定发展的基本面没有改变,只要应对得当,有望在疫后迎来强劲的恢复性增长。”雒树刚表示,下一步要以更大的政策力度、更实的扶持举措来对冲疫情影响,推动旅游业高质量发展。

关利欣认为,随着更多政策措施的完善和落地,以消费为引领的经济循环将逐步畅通。她同时建议,为进一步释放消费潜力,要继续完善促消费长效机制,在保障不同收入群体消费能力的基础上,鼓励技术创新应用培育新兴消费,提供更加多元化、高品质的市场供给。

商务部流通产业促进中心服务业处处长、研究员陈丽芬也对《经济参考报》记者表示,随着各地复工复产和促消费政策的发酵,消费者信心逐渐恢复,消费市场正在出现反弹,消费增量跨期补偿可期。

陈丽芬还指出,要打通消费领域的“堵点”,激发更大的消费潜能,要从供需两端同时发力。从需求端来看,要稳就业促增收,为扩大消费打好基础。从供给端来看,要抓住新的消费需求点,提供优质的产品和服务,让消费者有产品消费、有地方消费、有兴趣消费。“生产到消费是一个体系、循环,要让生产活起来、消费热起来,才能形成良好的经济循环。”她说。

## “五一消费回暖”暖在何处?

消费明显回暖!刚刚过去的5天是12年来最长的一假期,也是疫情防控常态化后的首个小长假。据商务部监测,5月1日至5月4日,重点监测零售企业日均销售额比节前一周日均销售额增长30.1%。

中国贸促会研究院国际贸易研究部主任赵萍认为,五一消费形势远超预期,是多种因素叠加的结果:全国所有省份均解除一级响应,带动补偿式消费增长;假日因素对消费提振产生积极作用;消费券刺激需求快速回暖;换季消费需求在短期内明显释放。

### 消费券产生“乘数效应” 西部、东北地区尤为显著

今年五一假期,政府、企业的各项促消费政策和补贴行为带动效果明显。全国各地发放了大量消费券,湖南、浙江、广东等地通过微信平台发放超百亿元电子消费券。

赵萍说,消费券可以缓解疫情冲击,在短期内提振消费,改善百姓生活。

北京大学光华管理学院院长刘俏表示,各地政府根据地方财政条件确定发放规模,同时根据产业类型和消费习惯安排相应类型和适用范围,有效提振了商业信心,产生“乘数效应”。

根据微信和美团5日联合发布的数据,假期3天,微信电子消费券带动消费9亿元。

其中,40岁以上人群消费券核销金额占51%。5月1日至5月3日,广东省发券地区共带动消费5.1亿元,拉动消费11倍;深圳宝安区等城区消费券共带动当地消费2.6亿元;武汉消费券三天带动5800万元,拉动消费超12倍。

支付宝数据显示,全国29个省份

消费金额完成同比增长,内蒙古、新疆、青海同比增长甚至超过60%。消费券对西部、东北等地区的增长带动力更为显著。在省会和直辖市城市中,乌鲁木齐、长春、西宁同比增速位居前三。

记者从拼多多了解到,5月1日0时至5月5日下午4时,拼多多平台已累计发放现金及消费券超过25亿元。截至目前,累计带动上海线下实体店销售及品牌线上销售额总计超32亿元,预计该波增长高峰将持续至5月6日。

刘俏称,以杭州消费券为样本的研究显示,政府1元钱的消费补贴能带来平均3.5元以上的新增消费,高于国外10%至40%的边际消费倾向。消费券可以刺激居民消费,重启疫后经济活力,给企业带来真实需求,激活市场和经济活动,稳定或新增就业,最终形成良性循环。

### 直播带货火爆 供需对接精准

五一期间,直播带货强势来袭。除网红主播外,头部企业、基层官员、明星、电视主持人等纷纷进入直播间,以“花式组合”形式一次次引发网络热点话题,刷新商品交易纪录。

4月29日,演员冯远征、梁丹妮夫妇在抖音直播间,与湖北襄阳、鄂州两地市长连麦,共同推荐十多款当地特产。直播吸引了390万人观看,销售额超1564万元。在抖音平台,湖北省内已有武汉、宜昌、恩施等九地政府官员参加直播带货,累计销售特产1.2亿元,热度一直持续到五一假期。

拼多多还把电商直播带进商场平台,开启“千店大联播”活动,实景展示商品的销售渠道和购物消费场景。“这种方式不仅能让消费者在线逛商场,直观地了解商品货源和感受

消费氛围,还能拓展线下实体店销售,通过直播实现‘一家商场供全国’。拼多多高级副总裁王坚说。

中国地质大学(武汉)经管学院副教授齐睿表示,直播带货持续火爆,有助于各地整合优势资源,加强供给与需求的精准对接,特别是对疫情防控下的农业生产和消费有重要推动作用。

### 实体消费逐渐恢复 线上与线下互动活跃

这个假期,商场、超市等人流明显增加,各大电商平台用“线上抢券线下花”的模式引流,实体消费逐渐恢复。

商务部数据显示,线下大型超市、百货商场等复工率超90%。根据百度地图大数据截取4月30日至5月3日傍晚前后的全国热门购物中心实时人流指数,北上广深等一线城市的购物中心人流指数最高,实体消费正在回暖。

5月4日晚,上海启动“五五购物节”。“今天销售额大概是平时的十几倍吧”,忙着给顾客拿货开票的SK-II工作人员头也不抬地说。五一前三天,银泰百货整体客流是清明小长假客流流的1.5倍,整体销售额接近去年同期。

聚划算数据显示,5月1日、2日两天,上海消费者添加购物车商品件数达去年同期的2.4倍。在飞猪上,预订上海门票酒店产品的用户5月1日当天达到90天以来的最高值。受短途游激增利好,崇明、金山旅游消费激增,支付宝数据显示,崇明区线下支付增幅近40%。

随着在线新经济的发展,一批平台型新零售企业成为释放消费潜力、促进消费回补的重要力量。同时,一些老字号也开始探索个性化的线上

营销。

上海豫园宁波汤团店经理徐正留说:“我们准备借助‘五五购物节’,以线上流量撬动线下消费,把新产品、好产品推向更广阔的市场。”

### 餐饮业堂食与外卖复苏 夜经济活跃度提升

小长假期间,餐饮业复苏明显。据微信和美团联合发布的数据,5月1日至3日晚上9时至次日2时,全国微信支付餐饮线下支付金额环比增长447%,武汉人民夜宵支付金额环比增长270%,其中乌鲁木齐增幅最大,对比3月环比增长16倍。

支付宝统计的数据显示,以餐饮为主的武汉夜经济活跃度,同比去年五一已恢复90%。武汉市内奶茶、火锅、烧烤等餐饮消费均出现较快增长,销量环比增幅均超过1倍,一些楚菜馆、粉面馆等小店经营消费额比上月增长2倍有余。

武汉市餐饮协会会长刘国梁介绍,5月1日当天,全市5万多家餐厅已有13.3%恢复堂食,45.6%恢复外卖,每日餐饮外卖单量超过10万份。经过5天假期,随着顾客忧虑、观望情绪的缓解,堂食、外卖恢复率都在稳步提升,“但要恢复到正常状况,估计得到8月份”。

中南财经政法大学数字经济研究院执行院长盘和林表示,五一消费明显回暖,可以看出中国的经济活力依然旺盛,一系列促消费政策落地和数字工具的运用,加速了消费活力的释放。

上海财经大学电子商务研究所执行所长崔丽丽说,消费的恢复是渐进过程。未来各地政府应基于资源优势,围绕激发消费热点、促进消费升级,出台全方位、立体化的政策,强化内需对经济的有力支撑。

## “五一”假期银联网络交易总金额突破1.57万亿元

中国银联6日发布数据显示,5月1日至5月5日,银联网络交易总金额突破1.57万亿元,日均交易0.31万亿元,较今年清明小长假日均增长7.7%;同时,银联网络交易总笔数较4月环比增长6.95%。

中国银联数据分析师陈汉介绍,今年“五一”假期消费势头上扬,部分行业逐渐恢复。全国多地政企联合推出消费券,一定程度上促进了消费回暖,“五一”假期银联网络交易笔数和金额较清明小长假均有所增长。

银联数据介绍,从主要行业来看,今年“五一”假期,航空、铁路、公路客运及加油等与出行相关的日均消费笔数较清明小长假增长14%,其中铁路方面增幅最大,日均消费笔数增长逾50%。餐饮行业、宾馆住宿、超市等购物行业的日均消费笔数较清明小长假分别增长了13%、1.3%和6%。

银联介绍,分地区来看,海南、西藏、青海、广西、新疆、重庆、湖北和湖南等地“五一”假期日均消费笔数增长较快,较清明小长假增幅普遍超过15%。

此外,新疆、海南、西藏、青海、重庆和宁夏等地的异地游客日均消费笔数增长明显,较清明小长假增幅普遍超四成。

本版稿件均据新华社