

中秋国庆假期文旅消费市场火热



徜徉乡村风景，领略大美河山，亲近自然，沉浸旅游景区，体验风土人情，开阔眼界；漫步休闲街区，购置心仪好物，放松心情……在刚刚过去的中秋国庆假期，许多人选择在出行中欢度节日，畅享生活。

中国旅游研究院院长戴斌表示，2023年的中秋节和国庆节前后相连，形成了调休后的8天超长假期，加上杭州亚运会和政策效应的叠加影响，形成了有统计记录以来热度最高的假日旅游市场。

国内旅游收入7534.3亿元
文旅市场恢复势头强劲

根据文化和旅游部数据，中秋国庆8天假期，国内旅游出游人数8.26亿人次，按可比口径同比增长71.3%，按可比口径较2019年增长4.1%；实现国内旅游收入7534.3亿元，按可比口径同比增长129.5%，按可比口径较2019年增长1.5%。

在北京，河湖热点区域约有510万市民游河，其中，亮马河、凉水河、妫水

河等河道周边游客较多，日均游河人数较2022年同期增加了近一半；在云南，以景迈山为代表的乡村旅游十分火热，全省乡村旅游出游1800.77万人次，实现旅游收入81.03亿元；在四川，部分核心景区持续重现“客满”盛况，全省纳入统计的857家A级旅游景区累计共接待游客3759.58万人次，按可比口径同比分别增长201.03%。

主要旅游目的地及热门景区消费活跃度持续高位运行的同时，越来越多的“小众”城市成为了热门旅行目的地，“热点更热、冷点不冷”现象突出。去哪儿旅行网数据显示，假期“小机场”旅客量上升明显，飞往辽宁丹东、广西河池、浙江舟山的机票预订量较2019年同期增长三成以上。

与此同时，文化旅游活动深度融合成为亮点。杭州亚运会举办正值中秋国庆假期，这场体育盛宴吸引了全国各地的游客，飞猪旅行网数据显示，杭州、宁波、金华、湖州、温州、绍兴等城市酒店及民宿的预订间夜量较2019年增

长超60%。国家艺术院团演出演播季备受关注，多部优秀舞台艺术作品在北京、内蒙古、上海等地上演，为观众献上一场场视听盛宴。此外，各地特色鲜明的赏灯观月、文艺表演、巡游、音乐节等活动，有力拉动文旅消费。

“从游客平均出游距离、目的地平均游憩半径、旅游消费结构、自驾游比重，以及游客满意度等微观结构性指标来看，旅游经济开始步入市场内生和创新驱动的新常态，稳步转入理性繁荣的新阶段。”戴斌表示。

全国示范步行街客流量同比增长94.7%
供求双向激活消费潜力

为了吸引消费者，特色餐厅、酒店、步行街等也打造了更为丰富的互动式体验式消费新场景。“十一”假期，在南京阅江楼景区，身着汉服的主播们通过书法送祝福等多种国潮玩法，与直播场景互融互通，掀起直播抢购热潮。“一场直播下来交易额破千万元。”组织方负责人在盘点时感叹，还要在创新形式上功夫。

传统商超也借力线上平台花式促消费。银泰百货参与了美团“金秋购物节”专场直播活动，把商场开进直播间，打造线上线下联动的一站式消费场景。据悉，“十一”期间，全国135个城市1300多家商场与美团开展了联合促销。

据商务部商务大数据监测，假期前7天，全国示范步行街客流量同比增长94.7%，36个大中城市重点商圈客流量同比增长164%。全国重点监测零售和餐饮企业销售额同

比增长9%。

国务院发展研究中心市场经济研究所研究员陈丽芬对记者表示，随着人们生活水平提高，越来越需要假期的整体时间进行体验式沉浸式新消费，新模式新场景有利于释放消费潜力，增强假期经济发展动能，为消费加快恢复提供有力支撑。

记者注意到，如何更好地满足不断升级的消费需求，更好激发内需潜力释放，也成为接下来的政策着力点。其中，推动即时零售、直播电商、社交电商等消费新业态新模式健康发展；打造更多沉浸式、体验式、互动式消费场景，促进商旅文体健相互赋能，线上线下相互融合；倡导绿色低碳消费理念，促进绿色智能消费等成为重点。相关部门正在推出具体举措，培育新的消费增长点。

商务部新闻发言人何亚东表示，将持续组织开展各类促消费重点活动，打造更多沉浸式、体验式、互动式消费场景，促进消费持续恢复和扩大，为推动经济持续恢复向好贡献力量。

“促消费政策组合拳的落实，将更好释放消费潜力，激发消费活力。”陈丽芬说。

(综合)



今年中秋佳节恰逢国庆长假，为促进节日消费增长，全国各地先后开展了一批内容丰富、形式多样的促消费活动。值得注意的是，这些活动中频现数字人民币的身影。业内专家认为，一方面，多措并举促消费力度不断增强；另一方面，过往数据证明数字人民币在促消费过程中有较强的业务和技术优势，下一步数字人民币有望在促消费过程中发挥更大作用。

“在北京就抢过好几次数字人民币消费券，没想到这次来浙江看亚运又抢到了，一会儿就去‘撮一顿’。”在杭州旅游的顾女士抽中了杭州“亚洲美食季”数字人民币餐饮专项消费券。中秋国庆假期是传统的消费旺季，正值亚运热潮，杭州市消费如火如荼，据了解，杭州发放了2023年“燃情亚运 领杭消费”——“亚洲美食季”杭州数字人民币餐饮专项消费券，深圳、南京、苏州、宿迁、无锡等地也陆续发放了数字人民币消费券。

近年来，促消费一直是稳增长政策组合拳中的主要抓手，各地政府着力刺激消费需求，激发生产流通活力。在这一过程中，数字人民币充分发挥业务和技术优势，全力支持各级政府基于数字人民币实施消费补贴，支撑财政资金精准、安全、高效投放，保障政策实施效果。

记者了解到，数字人民币试点以来，大部分使用数字人民币发放的消费券核销率超过90%，部分地方核销率甚至高达99%。从拉动消费效果看，据不完全统计，有试点地区发放数字人民币消费券的消费放大效应超过15倍，有力促进社会消费回升与潜力释放。

今年以来，各级政府促消费政策频繁出台，未来促消费的力度有望更大。

“基于业务和技术优势，数字人民币在下一步促消费中有望发挥更大作用，更有效地服务实体经济。”招联首席研究员、复旦大学金融研究院兼职研究员董希淼认为，数字人民币智能合约技术应用能够满足政府差异化需求，从地区、行业、商品或服务等多维度定制财政补贴使用条件。比如，可以简化财政部门操作流程，精细化设计消费补贴使用条件，提高用户申领和发放的自动化程度，实现资金发放与使用全流程监测，强化消费补贴执行保障等。

“要是更多地方能使用数字人民币就好了。”顾女士告诉记者，“现在数字人民币消费券的优惠力度很大，这次抽中的杭州数字人民币餐饮专项消费券是满150元减50元的，一家三口吃饭200元的话，减去消费券只需自己掏150元。只是目前能使用的的地方有限，希望未来能用数字人民币的场景和城市越来越多。”

董希淼也指出，丰富多彩的消费新场景、新业态，能够激发出澎湃的消费新活力，那么方便、新潮的消费支付形式同样能激发出消费活力。

“核销率和消费放大效应等数据已经显示出数字人民币在促消费领域的优势，下一步应该将数字人民币消费券纳入各地促消费政策‘组合拳’统筹考虑。”董希淼说。

(经济参考报)

激发假期消费
数字人民币显身手

安利上榜福布斯 中国客户服务企业TOP100



9月25日至27日，福布斯中国、中国电子商会、保定市人民政府联合主办的“数智化服务产业发展论坛暨2022福布斯中国客户服务企业TOP100评选”在河北保定举办。活动通过剖析企业经营能力、企业服务能力、客服运营能力、企业发展潜力等多方面数据和信息，对数智化时代中国企业客户服务行业发展动态进行追踪与研究，为中国企业提升客户满意度与忠诚度持续赋能。

2022福布斯中国客户服务企业TOP100评选，是首份对全国范围内客户服务企业进行排名的权威评选，通过对企业的服务能力、客服运营能力、客户满意度、品牌影响力等指标综合评估，在20个行业领域内共选出100家企业，为各行业客服工作提供参考，树立衡量企业客服水平的标杆。

入选的100家企业覆盖多个传统及前沿行业，包括金融、零售、物流、交通、制造、耐用消费品、互联网等。安利(中国)、阿里巴巴、海尔集团、建设银行等企业榜上有名。

服务升级 让消费者后顾无忧

优质的客户服务有助提升消费体验，是企业穿越周期、取得成功的关键要素。科技进步、数字化基建完善，能够加速企业客户服务智能化转型。

为持续向消费者和营销人员提供全方位支持和最佳服务体验，2004年9月，安利(中国)客户联络中心成立，多渠道提

供专业人工服务；伴随数字科技赋能，2017年4月，文字版客服机器人“小安”诞生，2022年12月升级为文字与语音双通的智能客服机器人，为消费者和营销人员提供“7x24”小时咨询服务；2021年至今，安利全面升级人工服务水平，除法定假日外，提供“7x24”小时人工咨询服务，客户满意度97%及以上。

进入中国市场28年来，安利始终致力于为消费者提供优质产品和周到完善的售后服务。根据我国《消费者权益保护法》的规定，消费者享有“7天无理由退货”的权利。为了让消费者享受国际水准的消费保障，自进入中国市场伊始，安利即施行“无因退货制”，20多年来对全线产品始终执行“30天购物保障”，消费者最高可享有长达30天的退换货保障，并可选择通过安利云购平台进行售后申请，或携产品到安利直营店铺快速处理。

同时，安利为多款家居科技产品提供完善的服务支持体系，消费者在使用中遇到任何问题，均可通过联系安利在线客服或直接致电安利家居科技产品服务专线咨询，公司亦委托家电行业优秀第三方供应商在全国31个省、自治区及直辖市设置维修服务网络，授权符合资质维修人员为消费者提供检修服务。

健康社群 全面提升消费体验

安利早于2010年即发起了“正品源于正道”专项行动，多年来积极配合执法部门及网购平台打假，创造安全便利、放心舒心的消费环境，倡导消费者通过“安利云购”和“安利微购”、自营店铺和营销人员等正规渠道购买产品，享受高品质产品保障和完善售后服务，以防不法渠道及假货侵害。

不仅为消费者提供优质产品和完善的服务，近十年来，安利还通过“健康中国 我们行动”等公益活动，做营养科普，提升公众健康素养，累计覆盖人群过亿。同时，安利联手中国营养学会，已培养4万余名“营养健康顾问”，他们打造线上线下融合的健康生活社群，为消费者提供健康服务，共同学习、互相督促、彼此鼓励，把知识变成行动，把行动变成习惯，建立健康的生活方式，推动公众享有全面健康和美好生活。

(陈玉佳)

消费观察

流量IP：城市消费新引擎

在市属公园体验民俗文化、在热门商圈享受购物新体验、在音乐节上感受演艺魅力……今年中秋国庆假期，北京提供丰富多彩的文化活动和更加多元的文化消费场景，旅游市场热度持续高涨。

文旅服务向来是假日经济重头戏。美团数据显示，今年中秋国庆假期期间，北京成为全国最火的旅游目的地之一。北京市文化和旅游局数据显示，今年中秋国庆8天长假，北京市接待游客1187.9万人次，按可比口径同比增长48.9%，比2019年增长12.9%；旅游总收入155.7亿元，同比增长108.2%，比2019年增长21.9%；游客人均花费1310.6元，同比增长39.9%，比2019年增长8.0%。

北京市园林绿化局发布的数据显示，8天长假，全市公园共迎游客1263万人次，与去年同期相比增长近四成。其中，颐和园、天坛公园和圆明园遗址公园最受游客青睐，长

假8天分别接待游客100.9万、95.2万和60.9万人次。

节日期间，公园纷纷亮出“绝活儿”，围绕民俗文化、花卉展览、科普体验和节庆演出等主题举办各类特色文化活动112项，不但满足市民多元需求，也方便大家就近游览。其中，中秋传统文化“实力圈粉”，香山公园的“中秋赏桂”活动、北京动物园的“月圆京城 情系中华”活动以及大运河森林公园的“中秋游园会”活动吸引众多游客体验感受。

中秋国庆假“二合一”，也让北京各商圈摩拳擦掌。赶在中秋国庆假期前，北京市朝阳区新开设多个文化消费空间，国内首个潮玩行业沉浸式IP主题乐园泡泡玛特城市乐园建成开园，宠物友好型商场东坝万达广场开

门迎客。北京市朝阳区商务局副局长韩栋表示，今年以来，朝阳区10个商业综合体焕新升级，释放近百万平方米商业空间。

魔幻泡泡秀、互动巡游、街头表演……位于北京市顺义区的中粮·祥云小镇迎来第六届户外艺术季，整个假期总计推出270余场公共空间展演。曾亮相乌镇戏剧节、阿那亚戏剧节的艺术家们为游客打造了一个赛博朋克风格的艺术世界——移动戏剧城堡，酷炫的宇宙旅行小坦克，还有霸气的齐天大圣，各类装置设计推陈出新，获得众多游客的喜爱。

节日期间，北京演出市场供给丰富，话剧、儿童剧、音乐会、马戏杂技魔术等类型演出均在百场以上。“大

戏看北京”2023展演季、“第七届中国戏曲文化周”、“双奥之城”舞台艺术演出季、北京国际音乐节等重磅活动均集聚在节日期间举办。众多优秀院团、经典剧目亮相北京舞台，让市民和游客尽享“演艺之都”建设的初步成效。

流量IP也拉动文化消费市场高涨。节日期间，大型演唱会、音乐节吸引众多歌迷跨城观演，带动周边交通、食宿、餐饮等综合消费增长。热播电视剧改编的歌剧《山海情》、音乐剧《剧院魅影》中文版、英国原版引进话剧《傲慢与偏见》、国际花滑巨星范冰冰《冰梦丝语》等知名IP剧目在北京舞台持续演出，成为促进城市消费的新引擎。

(经济日报)

“双节”联动 游客外卖量达历史新高

较2019年翻倍

中秋国庆“双节”联动，叠加亚运会，全国假日氛围格外浓厚，出游和消费人气均高于往年。10月7日，饿了么发布的消费趋势显示，今年中秋国庆假期日均游客外卖量达历史新高，同比增长30%，较2019年翻一倍。

在游客集中的景区和酒店，外卖量环比节前增长20%以上。从目的地人气来看，上海、杭州、北京、武汉和苏州成为游客外卖量前五城市。其中，杭州、苏州的游客人气均较去年明显上升。亚运会开幕以来，杭州游客外卖量环比增长超过50%。其他新一线城市中，青岛、重庆、西安、昆明和成都依旧是高人气旅行目的地，游客外卖量环比节前增长30%以上。

今年以来，“特种兵美食打卡”、人气音乐节等带火了不少城市的旅游。与节前相比，迪庆、延边、衢州、南阳、汕尾等三四线城市的游客外卖量均环比增长近2倍。因美食走红的台州假期内游客外卖量环比节前增长一倍，

中秋国庆“双节”联动，叠加亚运会，全国假日氛围格外浓厚，出游和消费人气均高于往年。10月7日，饿了么发布的消费趋势显示，今年中秋国庆假期日均游客外卖量达历史新高，同比增长30%，较2019年翻一倍。

相比日常的午餐高峰来说，夜间

场景是游客下单外卖的高频时刻。饿了么数据显示，游客外卖中19点以后的订单占比超过三分之一，显著超过本地消费者，游客的到让城市夜间外卖量明显增长。全国0—4点之间外卖量环比增长超过80%，出游量环比增长超过20%，杭州零点后订单量环比增长约10%。亚运会期间，来杭州吃本地特色美食也成为很多游客的选择。饿了么数据显示，西湖醋鱼外卖量环比增长265%，西湖牛肉羹、龙井虾仁和葱包桧均增长一倍以上，东坡肉、片儿川等增长超过30%。亚运会开幕前夕，饿了么正式推出杭帮菜“放心点榜”，为市民尤其是亚运期间在杭的游客能够更好地享受到杭州特色美食提供更具参考价值的信息服务。同时，日式简餐、咖喱饭、韩国料理、泰国菜等其他亚洲菜系的外卖量也均增长超过70%。

今年中秋国庆假期，团圆宴、亲

友宴、婚庆宴等也成为假期消费热

点。饿了么数据显示，月饼销量环

比前月增长2倍，适合聚会场景的火

锅烤串食材外卖量环比节前增长40%，婚庆相关商品的外卖量也环比增长42%。

(新民晚报)

