



主持人汪世军：随着国庆中秋小长假的结束，不同行业的消费数据也陆续浮出水面。统计数据显示，旅游、电影、餐饮三大市场复苏迹象明显，已成为假日经济的典型代表；交通运输业则为各大消费领域的复苏提供了助力。

## 全国零售和餐饮重点监测企业“进账”1.6万亿元

■本报记者 杜雨萌

“国庆假期过出了春节的感觉。”对于刚刚过去的“十一”黄金周，不少消费者发出这样的感叹。商务部最新数据显示，10月1日至8日，全国零售和餐饮重点监测企业的销售额约为1.6万亿元，日均销售额比去年“十一”黄金周增长4.9%。

英大证券研究所所长郑后成在接受《证券日报》记者采访时表示，今年的“十一”黄金周恰逢中秋节与国庆节重合，在很大程度上放大了消费

需求，零售和餐饮企业的销售额在黄金周期间出现明显增长。

仅从舌尖上的餐饮消费来看，美团App发布的《2020十一长假生活消费报告》显示，10月1日至4日期间，美团App整体订单量和销售额不仅大幅高于为期5天的今年“五一”小长假，且与去年“十一”假期相比亦有明显增长。其中，由于国外疫情仍在持续，导致境内消费者的海外游计划搁置，外国菜受到消费者的追捧。数据显示，今年东南亚菜、韩国菜、中东菜、日本菜的订单量同比去年“十一”

分别增长42.8%、36.2%、30%、22.3%；另外，得益于夜经济走俏，“十一”假期的前4天，美团App的夜间餐饮消费也较去年同期增长超过三成。

随着被疫情抑制的消费需求集中释放，“十一”黄金周期间，团圆宴、婚庆宴、亲朋宴等亦推动了餐饮市场快速复苏。商务部披露的数据显示，四川、浙江、内蒙古、厦门等地重点监测的餐饮企业营业收入同比分别增长43.0%、23.4%、21.7%和18.3%，广州到店餐饮订单量同比增长超30%。

“整体来看，消费需求在‘十一’

期间进一步释放，补偿性消费的特征较为明显。”郑后成认为，10月份的消费增速将有不错的表现。

事实上，随着下半年国内消费环境的持续改善，社会消费品零售总额增速已于8月份实现年内首次转正。据国家统计局数据显示，8月份社会消费品零售总额达33571亿元，同比增长0.5%，增速在年内首次由负转正；环比增长1.25%。

在郑后成看来，消费是宏观经济的“稳定器”，具有较强的顺周期性。消费增速的回升，在很大程度上是受

到宏观经济向好预期的拉动。从实体经济运行角度看，在逆周期政策调节下，工业企业利润总额同比连续3个月录得两位数增长，拉动工业企业利润总额累计同比降幅持续收窄，且这一数据在年内转正几乎已成定局。叠加出口向好，城镇调查失业率大概率继续回落，预计第三季度居民收入增速将大概率触底反弹，进而对后续消费形成一定支撑。

郑后成预计，9月份社会消费品零售总额同比增长或在1.50%左右，10月份或在2.00%-2.50%左右。

## 湖南消费复苏有亮点 餐饮旅游最精彩

■本报记者 肖伟

中秋国庆双节期间，湖南省餐饮、旅游两大消费市场呈现出强劲复苏势头，并伴随有可喜新变化。

《证券日报》记者走访时了解到，在餐饮市场方面，以文和友、茶颜悦色等网红餐饮为主的新兴消费市场异军突起，配合美团外卖单等电商便利服务，为外地游客带来诸多便利，形成“线上服务促进线下餐饮”的良好格局。

在旅游市场方面，以常德、通道、江永等地为代表的景区大力发展民俗文化旅游，吸引八方游客慕名而来，10月7日，湖南省内99个A级景区客流量恢复到去年同期的90.9%。以张家界为代表的旅游重点城市，在做好旅游服务的同时，重点做好卫生防疫工作，提出“以个人的辛苦指数换取社会的幸福快乐指数”的社会倡议，获得广大医务工作者和社会志愿者的认同和支持。

## 电商外卖助力餐饮复苏

假日期间，虽有朦胧细雨无碍八方来客火样热情。在网红打卡地坡子街，《证券日报》记者看到慕名而来的年轻情侣们摩肩接踵，在文和友、茶颜悦色等新晋网红店门口等候。在距离网红店一箭之地的“小吃王国”老字号火宫殿门口，来此享受湘菜早茶盛宴的消费者络绎不绝，一座难求成常态。

线下门店食客暴增，线上外卖订单也没闲着。美团外卖10月8日发布的《美团外卖国庆消费大数据》显示，10月1日至5日期间，长沙的外卖订单位列全国第八，热门景区和网红餐饮店的外卖单量同比去年增长超过100%，外卖小哥排队成为新风景线。

上述数据还显示，假期中，长沙来自酒店的外卖订单量增长超过20%，约占长沙总体外卖订单量的9%。其中，超过5成订单为湘菜、臭豆腐等炸物小吃。“不夜城”长沙凌晨0时至4时的“熬夜订单”约占全天的5%，这个数据远超北上广深等一线城市，位列中部城市之首。

湖南大学经济与贸易学院副院长曹二保教授向《证券日报》记者表示：“移动电商和外卖物流的便利服务节约了消费者下单、提货、消费、支付等环节花费的时间和精力，便于他们在购物、逛街、娱乐等增值环节上开展更多活动。这些便利服务不仅增进消费者体验，也促进当地就业和消费复苏，是餐饮产业链必不可少的润滑剂。”他还表示：“从美团外卖发布的数据来看，年轻消费者订单集中在米粉、臭豆腐、大香肠、简易包装湘菜、米饭套餐、汉堡可乐等方面。这些菜品处理时间短、工序环节少、配送要求快，是餐饮行业发展的新趋势之一，建议湘菜餐饮企业认真关注这一新趋势。”

## 民俗文化点亮区域旅游

国庆中秋假期，湖南各大旅游景区活动丰富多彩，以民俗游、文化游为契机，成为点亮区域旅游的一盏盏明灯，吸引游客前来“打卡”体验。

湖南省文化和旅游厅工作人员向《证券日报》记者介绍说：“10月7日，全省纳入监测的99家A级景区接待游客79.12万人次，恢复到上年同期的90.9%，实现营业收入1.11亿元，比去年同期增长4.15%。全省接待游客数量排名前十的景区依次是南岳、韶山旅游区、橘洲景区、柳叶湖旅游度假区、麓山景区、矮寨奇景区、凤凰古城、益阳罗文花海、桃花源风景区、东江湖旅游区。”

记者了解到，常德桃花源旅游区推出田园丰收悦、戏曲进乡村等活动，通道县推出侗文化民俗风情线路，永州江永县推出浣泥沚、勾栏放歌、瑶江生活等文创产品，获得游客们的交口称赞。

“在99家A级景区全面开放的同时，以‘人间仙境’著称的张家界也喜获丰收。张家界市政府工作人员介绍说：“以10月6日为例，这天山上略有小雨，路面有些湿滑，气温也有所下降，但是大数据监测到旅游热度不降反升。当天，有33.64万人次畅游人间仙境，恢复到去年同期的83.93%。”

除了线下体验“人间仙境”，张家界还专门安排专业团队在抖音、快手、微博、微信等多个媒体通道发布“张家界美景”的照片和短视频以扩大市场影响力。

在餐饮、旅游消费迎来强劲复苏的背后，是各地区白衣战士在默默辛勤付出。全国抗疫先进个人、张家界市人民医院感染科主任粟仲锐向《证券日报》记者介绍情况：“在当前情况下，一分付出才有一分收获，我们愿意用个人的辛苦指数换来大家的幸福快乐指数。在我们发出倡议后，有400多位医护人员、后勤人员响应倡议，组成了‘旅游医生’志愿服务队，专门为游客提供医疗服务。‘旅游医生’布点在景区附近的铁路、公路、航空线进出出口，对重点旅游区、大型文化娱乐场所等人员密集区域采取体温测量、提供口罩、口头提醒等防疫手段，并随时做好应对突发情况准备。”

本版主编 姜楠 责编 汪世军 制作 董春云  
E-mail: zmxz@zqrb.net 电话 010-83251785

## 居民出门享受“诗和远方”意愿增强

■本报记者 昌校宇

“憋了大半年，特意借国庆、中秋的8天放假机会带家人出门好好玩了一圈。”10月8日，家住河北省邯郸市的金先生向《证券日报》记者介绍，他们一家三口分别去了云南、四川两个省份的部分城市游玩，8天共花费了近2万元。

游客出游热情高涨，令旅游市场加速复苏。综合各地旅游部门、通讯运营商、线上旅行社服务商的数据，经中国旅游研究院《文化和旅游部数据中心》测算，8天长假期间，全国共接待国内游客6.37亿人次，按可比口径同比增长79.0%；实现国内旅游收入4665.6亿元，按可比口径同比增长69.9%。

“双节假期，消费市场迎来一波增长的小高潮，最具代表性的便是旅游。”苏宁金融研究院高级研究员付一夫在接受《证券日报》记者采访时表示，数据显示，无论是接待国内游客数量、旅游收入，还是酒店、餐饮、休闲、娱乐等相关领域，都实现了可观的增长。这充分表明，曾经受疫情

影响严重的旅游、餐饮、酒店等行业，如今正在逐渐摆脱疫情困扰，助力消费市场回暖。

德邦基金股票研究部高级经理揭诗琪在接受《证券日报》记者采访时补充称，游客出行数据说明，居民出行和旅游的需求被完全释放。根据此前携程方面公布的数据显示，国庆期间主要航线的预订量环比增长已超200%，香格里拉、张掖、敦煌等地高星级酒店订单量增速也都超过2倍。快速增长的客流量将带动当地的旅游、住宿、餐饮、文化等产业的销售额增长，对于恢复当地经济有非常大的帮助。

《证券日报》记者在采访过程中注意到，全国旅游市场在“双节”期间强劲复苏，离不开各地政府和景区迅速做出的应对。

“现在全国很多景区都实行‘无预约不旅游’的措施，既省时又能避免人多拥挤。”河南省信阳市市民范女士以“双节”假期参观晋祠博物馆为例向记者介绍，游客只需用通

“中国晋祠”或“晋祠”的微信公众号进行分时预约购票，预约成功后按照自主选择的时间段，无需换票，持身份证或有效二维码前往景区核销即可入馆，既方便又快捷。

截至10月4日，云冈石窟在“双节”假期已接待游客近7万人次，达到疫情以来游客人数的最高峰。游客王先生向《证券日报》记者透露，“景区强化了安全管理，加强了排队秩序，在园内重要节点实施单向游览，非常人性化。”

接下来应如何促进旅游市场继续保持高位、有序运行？揭诗琪表示，出境游被限制，给国内旅游景点提供了一个展示和宣传自己的机会。各地政府和景区需要结合自身的资源禀赋和特色文化，给游客提供一个良好的体验，为景区积累口碑。例如，江苏、湖北等地举办乡村旅游节，推出惠民采摘、文化展演、非遗项目展等项目，吸引了大量游客前去观赏和品尝。贵州清镇打造了时光贵州小镇，组织贵州苗族、侗族、布依族等18个少数民族文



艺演出，让游客不仅能看到小镇的美景，还能了解当地的民俗文化。这些特色旅游均可成为当地的一个标签，促使旅游产业更好地发展下去。

“各地景区还应重视科技旅游及文旅融合。”付一夫建议，一方面，以数字化转型推动行业精细化管理，提质增效，优化消费体验；积极开拓线上渠道，不断拓宽收入来源；打造“无

接触”新旅游产品，如在线博物馆、在线沉浸式体验等；开展新媒体营销，如“双微一抖”等。另一方面，发挥各地自然资源优势，深入挖掘不同区域的自然风景、文化古韵及风土人情，将中国传统文化与新时代发展特色结合起来；创新文旅融合方式，加强构筑文化场景，引入新的文化元素，积极打造当地旅游品牌。

## 定制游或成旅游行业复苏突破口之一

■本报记者 桂小笋

国庆假日期间，旅行成了很多消费者的共同选择。这既为旅游行业带来了机会，也带来了不小的挑战。从一些平台的统计数据中就可以看出，今年国庆假期旅游市场表现出明显的新特征。

6人旅游网红总经理贾建强对《证券日报》记者表示，国内旅游业得到极大恢复甚至反弹。从国庆期间的市场表现已看到旅游行业复苏的出口。

驴妈妈旅游网品牌负责人李秋妍在接受《证券日报》记者采访时表示，国内旅游市场在今年国庆长假

期间最大的变化之一，就是往年的出境游消费者转向国内游。“这类人群出游频率高，对中高档产品需求旺，比如，2人精品小团、特色文化主题酒店、国际高端品牌酒店等。”

驴妈妈旅游网10月8日发布的《2020中秋国庆出游总结报告》(以下简称《报告》)显示，山水名胜、文化体验、IP乐园依然是最热主题类型，但夜游、红色旅游人次增幅大。相比往年，中高端自由行、精品小团成为国内长线游的人气产品。

贾建强表示，国内定制游很受中高端家庭青睐。一方面，疫情影响下，消费者对私密性和品质要求提高；另

一方面，之前打算出境游的客人转向国内深度游，对定制服务的需求旺盛。

《报告》显示，从目的地来看，这类消费者对非大众目的地(比如西北、内蒙古等长线线路)更感兴趣，对深度体验、文化打卡兴趣更浓厚。“这个特征不只表现在国庆期间，在暑期也有同样表现。能否把产品和体验做细、做优、做出特色，是考验旅行社和目的地转型的方向之一。”李秋妍表示。

贾建强认为，国内定制游行业仍有不足之处。“主要是国内能否提供高端接待服务的目的地消费资源不足，需要更多的接社能够迎合快速增长的中高端客人，配置足够的资源。”

他认为，国内定制游本身供应不足，现在出境游客人全部转入国内，导致资源不够。在行业特征上，旅游时间较为集中，很多资源旺季订不上、淡季没人去，投入产出比也不好。在综合因素作用下，旅游资源在长假被集中“挤兑”，影响了客户体验。

“今年多省市禁止学生跨省旅行，这对刺激省内短线出游是个机遇。学生今年的国庆假期相对较短，但带孩子出游的消费额又较高，因此，当地游、周边游这种本来就高频的旅游接待服务如何做出特色，将游客变成顾客，吸引消费者多次打卡，就显得非常重要，不只是发发优惠券那么

简单。其实，国内大多数游客缺的并不是消费能力。”李秋妍对记者表示。

李秋妍认为，“企业应该由单纯重视规模、用户数量发展转向更重视游客长生命周期服务。随着出游高频化，还是会有一些新问题衍生，比如，个性化需求和同质化供给之间的矛盾，对品质化、中高档产品的需求和目前该类供给较少的矛盾，还有用户信息安全保护等。”

虽然旅游行业仍有很多需要改进之外，但贾建强仍认为，长假为整个旅游业带来了一定程度的复苏，激活了国内旅游资源，推动了国内旅游服务质量的进一步升级。

## 电影票房快速回暖 文化消费增长潜力巨大

■本报见习记者 杨洁

今年国庆、中秋喜相逢，受疫情影响被延期的春节档电影最终赶上了“国庆档”列车。“双档”电影在“双节”加持下共同发力，观众观影热情不减，国庆档影片备受瞩目，助票房迅速回升。

“夜幕前人头攒动，大家默契的笑声、久违的感觉又回来了。这是今年第一次去电影院，还挺激动的，能频繁去电影院看电影的日子又回来了。”大学生小胡对《证券日报》记者讲述，假期内她将国庆档电影挨个儿看了一遍。

据影院工作人员介绍，随着影院

上座率上调至75%，“双节”假期前来观影的顾客激增，客流量是前几个月的三四倍，甚至有时晚间场也会座无虚席。“差点以为电影院要被大家遗忘了，现在影院恢复、行业回暖，票房数据就是最好的证明。”

据灯塔专业版票房数据显示，国庆小长假以来(10月1日至10月8日15时15分)全国累计票房(含预售)38.33亿元，总出票9298.93万张。其中，《我和我的家乡》总票房18.09亿元，首日票房2.74亿元；《姜子牙》总票房13.58亿元，首日票房3.61亿元。

苏宁金融研究院高级研究员付一夫在接受《证券日报》记者采访时

表示，国庆档人气高涨，首先得益于国内疫情防控形势持续向好，国民经济运行重回正轨，让大众的消费信心得到修复，对未来预期有所改善，这些都是观影消费复苏与电影票房火爆的先决条件。此外，全国影院上座率上限一再提高，叠加“双节”小长假的“假日效应”以及《我和我的家乡》《夺冠》《姜子牙》等重磅影片的上映，让观影消费市场重焕生机。

北京电影学院电影学专业硕士小张告诉记者，“十一”国庆档影片呈现异彩纷呈的局面。影片类型多样、情感表达丰富，观影目标群体明确，“大片云集”“神仙打架”的态势极大地调动了观

众的观影热情。票房已取得超35亿元的好成绩，这为中国电影市场的进一步复苏注入了强心剂。

中国国际经济交流中心经济研究部副部长刘向东表示，出境游受限无疑会刺激居民留在国内进行文化消费，有助于加速消费升级的进程，促进形成以国内循环为主的新发展格局。

“文化消费的壮大是居民消费升级的重要表现形式，也是大众生活品质提升的关键参考指标。”付一夫表示，按照国际经验，居民消费升级的一般演变逻辑为，由实物类消费占据主导逐渐向服务类消费主导转变。文化消费正是服务类消费的重要组

## 全国铁路客运量有望超预期 交通强国建设快马加鞭

■本报记者 吴晓璐

10月8日，国庆、中秋“双节”假期临近结束。据中国国家铁路集团有限公司(以下简称国铁集团)统计数据显示，9月30日至10月7日，全国铁路连续8天单日发送旅客超千万人次，累计发送旅客9788.6万人次；10月8日预计发送旅客1300万人次。其中，10月1日达到1509万人次，创新疫情发生以来全国铁路单日旅客发送量新高。此前，国铁集团曾预计，9月28日至10月8日期间全国铁路累计发送旅客1.08亿人次，日均发送旅客982万人次。

“从目前情况来看，今年‘双节’假期铁路客运量有望超过预期。”清华大学互联网产业研究院副院长刘大成对《证券日报》记者表示，高铁是国内最便捷的客运方式，铁路客运量超预期，实际上体现了当前在国际旅游受困后、国内旅游呈现出反弹态势，尤其是在高端消费方面。

近年来，我国高铁发展持续领跑世界。据国铁集团数据，截至今年7月底，中国铁路营业里程达14.14万公里。其中，高速铁路达3.6万公里，稳居世界第一。“十三五”期间，“四纵四横”高铁网提前建成运营，预计到“十三五”末，总规划长度达4.5万公里

的“八纵八横”高铁主骨架的投产规模将在3.3万公里左右，超过规划总长度的70%。

“要想富，先修路”，交通强国是建设经济强国的基础。去年9月份，中共中央、国务院印发《交通强国建设纲要》提出，到2020年，完成决胜全面建成小康社会交通建设任务和“十三五”现代综合交通运输体系发展规划各项任务，为交通强国建设奠定坚实基础。

今年5月份，交通运输部部长李小平表示，两批34家试点单位围绕“一流的设施、一流的技术、一流的管理和一流的服务”四大领域22个试点项目，正努力开展工作，力争用三到五年时间取

得初步成效。下一步，交通运输部还要滚动推进更多试点项目。

《证券日报》记者梳理后发现，截至目前，全国第一批13地交通强国试点具体方案已全部落地。第二批试点中，天津交通强国试点方案已经获批，云南、安徽、吉林、四川、山西5个省份已通过或印发本地关于贯彻《交通强国建设纲要》的实施意见。综上，34家交通强国建设试点单位中，过半已有显著进展。

刘大成表示，未来，现代化铁路网将覆盖每一个县城，中国将形成以铁路为主导的多式联运体系，乡镇经济也会逐渐被发达城市带动起来。