四因素谷長假經濟
消費勁收8000億 增長一成五

高速免費 景點降價 商家促銷 婚慶「扎堆」

■三亞免稅店顧客盈門。 中新社

■兩名少女手拿小國旗在北京天安門廣場拍照留念。 新華社

■顧客在選購金飾。 新華社

■6日，廣西南寧市桂海高速公路三岸收費站外的民族大道上緩慢行駛的車流。 新華社

今年「中秋＋國慶」的8天長假中，內地消費市場在政府一系列刺激消費的政策帶動下呈現「井噴」狀態。據國家商務部昨日公佈的數據顯示，9月30日至10月7日，內地重點監測零售和餐飲企業銷售額約8,006億元(人民幣，下同)，比去年同期增約15%。接受香港文匯報採訪的專家表示，在當前穩增長環境下，高速公路免費、旅遊景點分批降價等新政措施落地，加上商家促銷、婚慶「扎堆」等因素的影響下，假日經濟在當前宏觀經濟整體背景下逆勢大增，對於拉動內需增長是積極信號，年內若能在促消費政策方面再發力、出實招，內地巨大的消費增長潛力有望得到進一步釋放。

■香港文匯報記者 何凡 北京報道

內地「十一」長假消費主要數據

項目	數值	增幅
全國重點監測零售和餐飲企業銷售額	8,006億元	+15%
全國接待遊客	4.25億人次	+40.9%(按可比口徑增長23.3%)
全國實現旅遊收入	2,105億元	+44.4%(按可比口徑增長26.3%)
全國公路水路運送旅客	6.6億人次	+8.8%

製表：香港文匯報記者 何凡

中秋團圓的習俗再加上中秋與國慶長假的「珠聯璧合」，催生了探親旅遊消費火氣沖天。據國家商務部昨日公佈的監測數據顯示，9月30日至10月7日(「雙節」)，內地重點監測零售和餐飲企業銷售額8,006億元，比去年(去年為6,962億元)同期增長15%左右。

旅遊、購物、探親、娛樂、婚慶、休閒等多元化消費方式，釋放出民眾的消費熱情，也令各路商家賺得盆滿缽滿。內地經濟學家、商務部研究院研究員梅新育向香港文匯報指出，假日經濟在當前宏觀經濟整體背景下逆勢大增，對於拉動內需增長是積極信號。「十一」長假洶湧的客流對基礎設施構成一定壓力，但高速公路短暫擁堵、景區遊客爆棚、酒店爆滿等現象，均從一個側面折射出內地消費需求的可觀空間。

另據透露，商務部、工信部等多個部委正就消費相關的若干領域密集摸底，並就相關鼓勵政策的思路進行可行性論證和效果評估。今年底前有望迎來促消費新政密集發佈期，信用消費等領域或有政策鼓勵。

因素一：高速路減收200億 拉動2000億

今年的中秋、國慶假期，是國務院出台小型客車免收高速公路費政策執行的第一個長假。作為此次「十一」長假中最大政策亮點，高速公路小客車免費通行的惠民效應明顯。山東大學物流管理研究所所長彭志忠測算，全國高速免費會減收200億元，國家將因此減少30億元稅收，但可拉動全國2,000億元的旅遊收入。

而據湖南高速和旅遊部門透露，短短8天，湖南高速公路共為民眾發放了近2億元的「節日福利」；受此影響，湖南旅遊業瘋狂吸金130餘億元，同比增長近六成。湖南省假日辦執行主任劉之明介紹，此次湖南預計共接待旅遊者2,724.05萬人次，同比增長44.54%。其中高速免費對假日旅遊的拉動至少在1至2倍以上。

交通運輸部新聞發言人何建中表示，首次實施的重大節假日小客車免費通行政策在各方共同努力下首戰告捷。何建中說，從交通運輸部路網中心監控情況看，國慶長假期間，全國公路網交通流量比往年和平時都有大幅增長，總體運行平穩，局部路段由於交通量增大和交通事故多發導致車輛通行緩慢或者短時擁堵，但沒有出現嚴重阻斷情況。

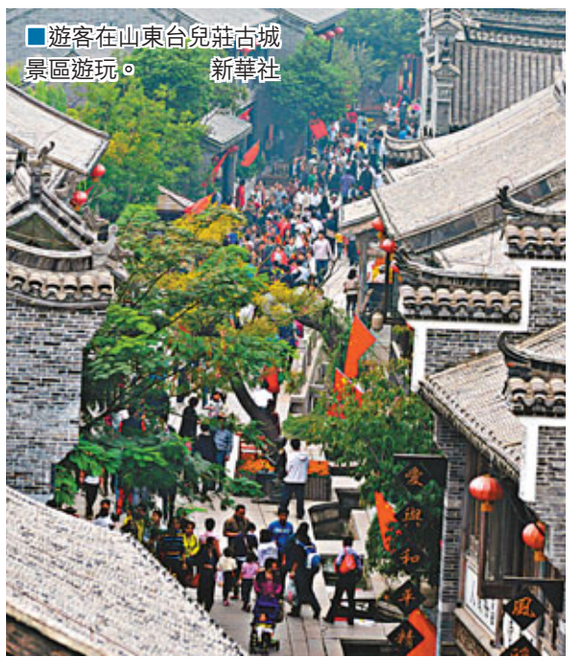
在受此政策刺激，國內遊客總量刷新歷史紀錄，自駕遊也成為各地民眾出遊的重要選擇。國慶節長假期間，全國納入監測的119個直報景區點共接待遊客3,424.56萬人次，同比增長20.96%；旅遊收入17.65億元，同比增長24.96%。

假期中，「有車族」踴躍出行，紛紛「扎堆」自駕遊。這份「免費的午餐」不僅成為民眾的「假日盛宴」，且很好地挖掘了國內的消費潛力。今年北京旅遊接待再創歷史新高，旅遊總收入達到達87.95億元，同比增長29.4%。而市民自駕出遊比例大幅提高。據市旅遊委統計數據，北京居民出京遊人數同比提高12%，自駕遊比例提升32%。

因素二：票價普降近四成 景點丁財兩旺

專家表示，在穩增長的背景下，政府連續頒布針對國慶、中秋雙節的惠民措施，意味頗深。在解決旅遊景區價格過高問題的同時，更是想借助降價等措施，拉動國內旅遊等市場需求，讓「三駕馬車」中的「內需」發揮效力，以達到穩增長的目的。

「十一」長假到來之前，國家發改委宣佈了分批降低部分遊覽參觀點門票價格的通知。其中，第一批降價的遊覽參觀點共80家，平均降價幅度為37%。而第二批的景點4A級以上的景區比例進一步增加。對此，攜程旅遊業務部常務副總經理何勇表示，景點門票價格偏高、漲價過大，已成為社會關注的熱點。此次景點門票下調，打破了國內景區「逢節必漲」的規律，對旅遊者和旅遊市場都有利，特別是散客獲得的實惠較多。


■遊客在山東台兒莊古城景區遊玩。 新華社

國家發改委有關負責人也指出，此舉意在改變過去門票只漲不降的局面，能夠形成一種以點帶面、以小帶大的示範效應，帶動更多的景區降低門票價格。

受此措施影響，國內熱點景區持續爆滿，紛紛迎來史上最熱「十一」長假。 故宮博物院僅10月2日一天就接待遊客數超18萬人次，創造了歷年接待遊客最高值；四川省九寨溝、黃龍等21個傳統景區(點)共接待遊客234.4萬人次，按可比口徑增長17.95 %；湖北各旅遊景區10月2日至4日先後迎來旅遊接待最高峰。

■雙節期間，市民在上海市第一百貨內購物。 新華社

因素三：史上最長假期 商家促銷吸金

面臨史上最長假期的商機，各地商機均使出渾身解數，促銷打折力度空前，間接帶動消費繁榮集中爆發。上海的城隍廟、豫園，北京的菜百賣場、國華商場等傳統旅遊購物熱點區域，熙熙攘攘的人流帶來了大量「商機」。此外，在「雙節」期間，國際金價又觸及今年新高，催生了國內黃金購買慾的提升。

讓利促銷花樣百出、優惠贈品眼花繚亂，節能補貼、信用消費補貼聯合推廣……各大商企在積極開展促銷活動的同時，根據節慶和不同消費群體的特點，將商品消費、服務消費和發展多樣化消費需求有效融合，創新促銷方式，延長假期效應。

商務部方面指出，在限時折扣、限量特價、返利贈積分等傳統手段和微博、微信等新促銷平台帶動下，家電、金銀珠寶等熱點商品消費全面開花。

今年雙節期間，北京家電賣場銷量同比增長200%以上。在北京地區，蘇寧、國美、大中三大電器專業店節日實現銷售額超20億元，佔監測整體消費額度的近3成。這也印證了家電銷售已成雙節最「吸金」的行業之一。

蘇寧市場部相關負責人指出，「十一」長假期間，有近30%的消費者套購家電，還有不少消費者組團購買，每筆交易額均價都達到了2萬元以上。國美電器相關負責人也表示，在「十一」長假期間套購家電的比例較前期有近一倍的增長。

在國際金價持續上漲和投資保值等因素影響下，金銀珠寶類商品受到消費者熱捧。北京國華商場推出八大系列、百餘款千足金新品。石家莊北國商城黃金類銷售同比增長2.1倍。除了黃金飾品，在「追漲不追跌」投資心態的推動下，投資類金條受到了投資者的熱捧。

此外，銀行也不甘寂寞，在信用卡市場掀起了一股「喜刷刷」的假日浪潮。為吸引更多的客戶刷卡消費，銀行間的信用卡優惠戰就火熱打響，有的積分翻倍，有的直接贈送實物，甚至有直接在消費金額返現的。

因素四：雙節婚宴聚會 疊加消費

長假期間，婚宴、家宴、親朋宴扮演了假日餐飲市場的重頭戲。由於今年中秋節、國慶節緊密相連，花好月圓、超長假期令這個「十一」長假成為內地新人扎堆結婚的甜蜜季。各地酒店賺得盆滿缽滿，婚慶公司生意火爆，影樓加班加點顧客盈門，連婚禮用車、婚禮司儀也被搶租一空。

北京一家知名酒店負責人稱，當前「五一」假期縮短，往年「五一」「十一」平均分配的婚宴酒席，大部分都集中到國慶長假。而今年雙節相連，更進一步拉長了整個婚宴的檔期。由於大型酒樓一席難求，不少新人不得不選擇將婚禮移至中型酒樓舉辦，使得一批中型酒店的大廳和宴會廳同樣熱得燙手。據了解，中型酒樓的消費標準比大型酒店一般要低二三成。

該負責人表示，「十一」長假期間不僅是婚宴，普通宴席的消費也大大高於一般的散枱消費，而且消費金額也比往年高出一二成。據分析，造成這一現象的原因，一是年輕人扎堆在兩節舉辦婚慶，二是節間沒有出遊的市民，在酒店舉行家庭聚會、朋友聚會的較多。

業內人士指出，中秋、國慶長假期間是中國傳統婚嫁的重要日子，婚慶飾品的銷量也有大幅增加。比如，雙節期間北京國華商場婚慶類飾品銷售增幅達28.6%。

■國慶節當日，重慶江北嘴中央公園一對新人和朋友們在一起拍攝婚紗照。 新華社

專家解讀

新政多管齊下 持續提振消費

香港文匯報訊(記者 何凡 北京報道) 內地專家指出，高速公路免費、旅遊景點分批降價等新政的有益探索實踐，充分激活了民眾在長假期間的消費熱情。假日消費的火爆，正是居民消費需求充分釋放的表現，也從側面折射出外界看空唱衰中國經濟前景的邏輯並不成立。下一步如何在外需狀況不佳的情況下持續擴大內需，仍是經濟面臨的重大挑戰，可考慮從改善消費需求分佈、擴大供給兩方面入手。

內地經濟學家、商務部研究院研究員梅新育向香港文匯報表示，相比一般性的大規模抽樣調查，「十一」長假消費數據樣本更能充分體現出國民對宏觀經濟，特別是未來收入相對樂觀的真實預期。

改善需求 擴大供給

專家建議，應借助高速公路免費引發出的居民消費熱情形成大消費發展戰略，讓其成為中國經濟穩增長的重要基點。中國社科院研究員易憲容指出，高速免費對於那些具有一定經濟條件，但不是特別寬裕的30、40歲的中青年最具吸引力。該群體具有相當高的消費慾望，但其消費力相對有限。如果政府通過合適的政策降低其消費成本，並進一步形成大消費戰略，將構成未來中國擴大內需的有力支點。

梅新育指出，國內消費增長的潛力與空間巨大，但在某些領域出現供給不足。對此，一方面應改善需求分佈，使得需求不過分集中於節假日等某個時段或領域；另一方面要擴大供給。比如在旅遊領域，便可進一步提供出更豐富的旅遊產品，開闢新領域，並保證消費質量持續改善。