

日均消费规模同比增幅超 50%

味蕾游带动消费 大排长龙成假日新常态

今年中秋节、国庆“双节”同庆,黄金周文化、旅游、餐饮等消费恢复势头强劲,各行业均迎来消费持续火热的景象。数据显示,中秋国庆假期前六日,广东省服务零售日均消费规模在全国排名第一,同比增幅超过 50%。受味蕾游和沉浸式深度游带动,跨省游客在广东的旅游消费和餐饮堂食消费同比分别提升 470%、300%,有效带动了本地服务零售的火爆。不少企业更趁势展开各种优惠活动,回馈消费者的同时又带动销售,如壹号土猪在 10 月就发放了两次优惠券,总金额高达 48 万元。



■今年“双节”期间,广东本地餐饮业非常火爆。
新快报记者
林翠珍/摄

奶粉、冷饮等新兴业务越发展越现强劲成长

近年来,温氏股份坚持创新驱动发展、聚焦模式迭代升级,积极响应广东省“百县千镇万村高质量发展工程”,通过“政银企村共建”合作模式,促进村级集体经济增收,带动合作农户共同富裕。“未来,温氏将积极落实‘百县千镇万村’高质量发展各项要求,义无反顾担负起推动乡村产业发展的重任。”温氏股份董事长温志芬在今年年初广东省全省高质量发展大会上表示。

消费是经济增长的重要拉动力。上海证券交易所根据沪市主板上市公司 2023 年半年报分析,酒店餐饮、旅游景区、电影院线行业净利润同比均实现大幅扭亏,已接近 2019 年同期水平。以接触性、聚集性消

费为代表的消费市场上半年呈现出强劲复苏势头。川财证券首席经济学家陈雳分析,随着多项促消费政策效用逐步显现,下半年消费市场有望继续稳步复苏。

上半年,扩内需相关政策陆续出台,居民旅游消费需求集中释放,带动了文旅、酒店及餐饮等服务消费规模不断扩大。文化和旅游部发布的《2023 年上半年国内旅游数据情况》显示,上半年,国内旅游总人次达 23.84 亿人次,比上年同期增加 9.29 亿人次,同比增长 63.9%。国内旅游收入(旅游总花费)2.3 万亿元,比上年增加 1.12 万亿元,同比增长 95.9%。

2015 年至今,随着中国液体乳市场逐

渐成熟,增速放缓,近五年 CAGR(复合年均增长率)低于 5%。国家统计局披露的数据显示,2022 年,中国乳制品产量约 3117.7 万吨,同比仅增长 2.84%。由于远超行业整体增速,存量市场背景下,伊利也展现出了极强的“挤出效应”,市场影响力也在不断拓宽。调研数据显示,2021 年,伊利在常温奶市场的占有率为 40% 左右,在行业有明显的领先优势。8 月 28 日,伊利披露了上半年财报,营收 661.97 亿元,同比增长 4.31%;净利润 63.14 亿元,同比增长 2.85%,再创亚洲乳业新高,而新兴的奶粉、冷饮等业务,越发展越现强劲成长性。

今年“双节”期间
餐饮企业销售额
同比增 15.5%

“双节”黄金周期间全国餐饮消费繁荣活跃。商务部商务大数据监测,假期前七天,全国重点监测零售和餐饮企业销售额同比增长 9%。

据中国烹饪协会开展的“2023 年中秋国庆假期餐饮业经营情况调研”数据显示,受访餐饮企业假期前七天营业收入与去年国庆假期相比上涨 67.5%,与 2019 年国庆假期相比上涨 15.1%;客流量与去年国庆相比上涨 82.2%,与 2019 年国庆假期相比上涨 6.6%。

据商务部监测数据显示,“双节”假期(9 月 29 日至 10 月 6 日),广东省重点商贸流通企业累计实现销售额同比增长 8.8%,较 2019 年增长 19.3%;其中餐饮企业累计实现销售额同比增长 15.5%,较 2019 年增长 15.5%。

今年中秋国庆“双节重逢”进一步促进了餐饮消费市场的火爆,据统计,广州市广州酒家销售额 3777.9 万元,同比增长 43.8%,与 2019 年对比增长 43%。深圳市餐饮样本企业营业额 1865.96 万元,同比增长 30.18%。

有茶饮品牌“双节”期间销量破 1000 万杯

2023 年中秋节、国庆节假期,文化和旅游行业恢复势头强劲,消费活跃度。据各大互联网平台公布的数据显示,今年中秋国庆长假,全国假日氛围格外浓厚,出游和消费人气均高于往年,餐饮、出行、门票景点、住宿等服务消费势能强劲,成为拉动假日经济的主引擎。

据 2023 年中秋国庆微信数据报告显示,今年中秋国庆长假期间,全国酒旅、交通、影剧演出等行业日均消费对比 2022 年国庆假期均有显著增长,其中酒旅行业增长 84%,交通行业增长 46%,影剧演出增长 77%。微信数据显示,相比 2022 年国庆假

期,超 20 个城市消费上涨超过 100%。对比 2023 年“五一”假期,零售行业消费增长超过 50%。

“奈雪‘双节’长假门店销量增长超 500%,9.9 元鲜奶茶爆卖 300 万杯。”提起国庆的消费,奈雪相关负责人介绍,“双节”期间,奈雪全国门店现爆单、排队热潮,茶饮销量突破 1000 万杯,多地门店环比节前增长超 500%,部分城市线上外卖订单增长超 200%。

值得关注的是,这个成绩与奈雪国庆期间强势拓店有很大关系,奈雪 25 城 52 店齐开,假期经济叠加新店福利,多个三、四线城市首店单日饮品销量突破 5000 杯。奈

雪数据显示,国庆期间全国门店销售整体呈现一、二线城市销量领跑全国,三、四线城市增速突飞猛进的消费态势。

与此同时,美团、大众点评数据则显示,中秋国庆假期前六日,广东省服务零售日均消费规模在全国排名第一,同比增幅超过 50%。受味蕾游和沉浸式深度游带动,跨省游客在广东的旅游消费和餐饮堂食消费同比分别提升 470%、300%,有效带动了本地服务零售的火爆。分城市来看,深圳、广州、佛山的消费规模排名省内前三,而惠州、韶关均有着翻倍增幅。

堂食消费规模较 2019 年增长 254%

今年的“双节”黄金周备受关注。据商务部监测,假期前七天全国重点监测零售和餐饮企业销售额同比增长 9%,其中餐饮企业销售额同比增长近两成。

餐饮线下堂食也迎来了较大增幅,据美团、大众点评数据显示,假期里,全国餐饮堂食消费规模较 2019 年增长 254%。优质供给为餐饮市场“再添一把火”,各地必吃榜餐厅大排长龙成为假日新常态。据饿了么发布的消费趋势显示,今年中秋国庆长假日均游客外卖量达历史最高,同比增长 30%,较 2019 年翻一倍。其中在游客集中的景区和酒店,外卖量环比节前增长 20%

以上。其中,广州交通枢纽、酒店外卖量环比节前增长 10%。游客更偏好下午茶和夜间外卖消费,13-16 点以及 22-7 点之间的订单占比均增长超过 20%。环比节前,适合团聚的火锅烤串食材外卖量增长 81%,母婴、零食、眼镜用品等游客高需求品类订单量也均增长超过两成。

“国庆 8 天,我们办了好几轮聚餐,很享受在家放松的氛围。”白领小洁告诉新快报记者,国庆好几天都待在家里,刚好有空可以下厨,“吃点好的”成了很多人的一致选择。记者在采访中了解到,如壹号土猪作为品牌土猪肉,也是不少消费者的首选。

“10 月份已经发了两轮优惠券,总额高达 48 万元。”壹号土猪相关负责人介绍,黄金周期间,土猪的销售喜人,公司趁势推出优惠券活动,回馈消费者的同时也拉动了销售。

美团研究院副院长厉基巍接受媒体采访时表示,假日经济持续火爆,消费市场信心增长,餐饮、门票景点、住宿、出行等服务消费创五年来新高,对经济增长的新引擎作用进一步增强。而服务消费提档升级,优质供给层出不穷,黄金周展现了中国经济强大的韧性和活力,助力国内经济持续向好回升。