

# 今年国庆中秋期间消费热背后的微观密码

今年国庆与中秋“双节”叠加,形成了长达八天的假期。全国上下涌动的人潮和高涨的消费热情,构成了观察中国消费市场的独特窗口。北京前门步行街游人如织,上海外滩灯火璀璨,广西街头餐馆排起长龙……假期消费市场以一幅幅生动图景,展现着内需的蓬勃生机。

消费市场的“稳”,是经济韧性的坚实基础。这种稳定直接体现在假期消费数据的持续向好上:商务部监测数据显示,假期前四天全国重点零售和餐饮企业销售额同比增长3.3%。文旅领域同样交出亮眼答卷,据交通运输部数据,10月1日至8日,累计全社会跨区域人员流动量预计24.32亿人次,创历史新高;日均304亿人次,同比(2024年国庆假期7天日均)增长6.2%。

消费结构的“新”,是经济活力的鲜明标识。长假期间,品质化、个性化、体验式消费成为主流。据商务部监测的主要电商平台数据,假期前四天,绿色有机食品销售额同比

增长20.1%,节能家电(一级能效)增长19%,智能家居产品增长16.8%,折射出民众消费理念的升级。特色餐饮、沉浸式旅游、县域市场等新型消费蓬勃发展,徽州古城鱼灯表演、浙江龙门古镇三国主题庙会等沉浸式活动走红,甚至连交通枢纽也成为“旅游消费第一站”,北京大兴机场的美食三件套成为热门打卡点,这些变化拓宽了消费市场的边界。

一方面,消费市场繁荣活跃,这得益于政策与市场的同频共振。假期前后,各地通过发放消费券和落实以旧换新政策,有效激发了居民消费潜力。例如,广西通过“购在中国·AI广西——2025金秋国际消费季”活动,组织开展多主题、多层次促消费活动;四川统筹发放4亿元消费券,覆盖餐饮、零售、文旅等重点领域。

另一方面,供需两侧良性互动,共同升级。从供给端看,企业与地方正加速创新以适配市场,老字号推出创意套餐,景区打造

限定活动,政策从单一消费券向场景化服务升级,今年第四批690亿元超长期特别国债支持消费品以旧换新,进一步激活了长效消费动能。这种供需两端的良性互动,正是中国经济能够抵御外部波动、实现内生增长的关键所在。

事实上,“双节”消费数据传递的积极信号说明,中国消费市场的基本盘依然稳固,经济发展的内生动力依然强劲。面对复杂严峻的国际环境和国内经济转型的压力,消费这个经济增长的“压舱石”和“主引擎”依然发挥着关键作用。

尽管假期已经落幕,但消费市场的活力仍在延续。2025年“双节”消费的火热,不仅为四季度经济开局奠定良好基础,更是中国经济基本面长期向好的有力证明。展望未来,随着政策精准发力与市场创新迭代,消费这驾“马车”必将持续发力,为经济高质量发展注入更持久的动力。

来源:证券日报

交通运输部数据显示,今年国庆、中秋假期,全社会跨区域人员流动量达24.32亿人次,其中,自驾出行人数占出行总量的八成左右。

日益受到青睐的自驾游,带动租车市场不断升温。今年国庆、中秋假期,全国汽车租赁行业日均租车65万辆,高峰期单日租车超70万辆,租车出行量同比增长18%,租车自驾游已成为假期出行的重要方式。

租车自驾游为何风靡假期?汽车租赁行业如何进一步健康发展?记者进行了采访。

## 租车市场活跃用户需求多元

“一路游、一路看,更自由自在!”今年国庆、中秋假期,95后上海白领林晓雨跟男友决定租车,来一场川西自驾游。

乘高铁抵达四川成都东站,两人前往站内的神州租车网点自助取车。“提前一个月,在APP上选好了心仪的车型。取车不到10分钟,就能开车上路了。”林晓雨介绍。

一路上,两人途经特色集市,就临时小憩、逛街购物;适逢日落金山,便把车停好,欣赏美景、打卡拍照……“租车自驾,能随时随地发现风景,享受乐趣。”林晓雨说。

在浙江宁波,短途周边游同样火热。航班一落地,王德盛老两口就在标社国际机场取到了提前租赁的车辆,驶往东钱湖畔。行至国家电网友好充电桩村风景区充电站,老两口给车充上电,趁着这段时间前往湖边,欣赏湖景。

从深度跨城游到短途周边游,国庆、中秋假期的租车市场较暑期更显活跃。多个平台的数据显示,用户平均租期明显延长,多天长租订单实现两位数增长。

“目前,我国汽车租赁业处于快速发展阶段。这为群众出行增添了更多选择,也为交通运输扩内需、促消费提供了重要抓手。”交通运输部运输服务司有关处室负责人说。

据估算,截至去年底,全国用于短期租赁的车辆约100万辆。

租车用户需求更趋多元。近年来,消费者租车的主要驱动力,已从商务需求转向休闲需求,以旅游为目的的订单量约占总订单量的55%。18至35岁人群成为租车出行的主力军,在消费者中占比约60%。

神州租车副总裁林佳介绍,今年以来神州租车用户总数同比增长近20%,在年轻用户占比居高的同时,不少银发族也紧跟潮流,踊跃加入租车出行的行列。

## 顺应消费趋势助推文旅融合

租车自驾何以快速兴起?

观察需求端,近年来,消费者更加注重服务品质、体验深度和情绪价值,租车自驾更好满足了沉浸式旅游需求,成为消费升级的重要载体。

“当前,公众出行需求更倾向个性化、差异化、品质化。租车自驾以其灵活便捷的特

国庆中秋假期,全国租车出行量同比增长18%——

## 租车自驾游 消费新需求



征,愈发受到消费者欢迎,成为交通运输与旅游融合的新方向。”交通运输部规划研究院城市交通与现代物流研究所副所长刘晓彤说。

在江苏,不少“苏超”球迷以“高铁+租车”的方式前往客场,带动租车订单激增。哈啰租车市场营销负责人程果介绍,今年暑假,江苏泰州、淮安、无锡等城市均实现70%以上的订单增长。此外,各地音乐节、演唱会等文旅项目火热,对当地租车订单增长起到了推动作用。

在广袤县乡,奔县游、乡村游日益出圈,为汽车租赁市场拓展了新空间。“县乡地区,公共交通、网约车服务覆盖面相对有限。租车自驾能更好满足人们的出行需求。”一嗨租车市场营销副总裁乔文倩介绍。

透视供给端,日益完善的综合交通运输体系和不断升级的汽车租赁服务,降低了用户的使用门槛,赋予了行业更大的发展空间。

“城市运力与综合交通系统的有效衔接,让‘高铁/民航+落地租’模式得以快速推广。”中国出租汽车暨汽车租赁协会有关负责人介绍,目前,全国大部分地级以上城市和部分经济较活跃的县级城市均有租车服务网点,大部分民航机场和高铁站有租车服务网点入驻,落地租车服务更加普及。

9月16日,哈啰租车甘肃兰州中川机场店与江苏南京南站店同日开业。用户不用出机场和车站,即可在门店完成咨询、下单、提车全过程。目前,该公司租车服务网点已超10万个,服务覆盖全国95%以上的机场和高铁站。

服务能力的大幅提升,也让租车体验更舒心。如今,APP上的“一键租车”功能正逐渐取代繁琐的租车手续,VR看车、自助取还、电子合同等技术应用也让租车行业的价格透明度、服务效率与便捷性得到提升。近年来,异地还车服务范围不断扩大,重点企业可提供全国范围的异地还车服务。

“在需求与供给相互作用下,租车行业

完成了从出行工具到生活方式的跃迁,正为助推文旅深度融合注入新动能。”林佳说。

## 加强行业督导 共促健康发展

假期激增的租车自驾需求,既是透视汽车租赁业发展活力的窗口,也是检验行业高质量发展水平的试金石。

“租车自驾的服务场景相对复杂,涉及车辆管理、保险救援、交通违章等多个环节。把这一新兴市场做强做优,有赖于充足且完善的服务管理能力。”中国出租汽车暨汽车租赁协会有关负责人说。

完善网络、提升服务,更好响应公众租车需求。交通运输部运输服务司有关处室负责人表示,未来将鼓励租赁企业完善网点布局,科学投放车辆,构建异地还车服务网络,并强化汽车租赁与民航、铁路的衔接。

车辆状况不佳、车型与预订不符、退押金困难……当前,租车市场也出现了各类纠纷。“针对这些问题,我们将持续细化相应解决方案。”林佳表示,与芝麻信用等平台合作推出的信用免押金服务,能够减轻用户的押金顾虑;此外,依托人工智能、大数据等新技术加强需求预测,可以优化车辆的调配供应和消费者取车、还车的体验。

优化环境、守护安全,共促行业健康有序发展。“目前,汽车租赁行业还存在一些痛点堵点,例如车况参差不齐、侵害消费者权益事件时有发生、维权较为困难等。进一步加强行业督导,才能营造让消费者放心的租车环境。”刘晓彤说。

下一步,交通运输部将建立完善租赁企业和承租人信用体系,加强企业服务质量监督,会同有关部门严厉打击侵害消费者权益的行为;同时,督促租赁企业严格把关车辆技术性能,引导租赁企业与汽车救援服务公司、4S店等加强合作,提高应急救援能力;未来,还将促进汽车租赁与汽车产业、文旅产业等深度融合发展,大力培育汽车租赁市场,更好满足公众租车出行需求。

来源:人民网

国庆假期,去电影院赴一场光影之约成为许多家庭的选择。据灯塔专业版实时数据,截至10月7日12时05分,今年国庆档(10月1日至10月8日)档期总票房(含预售)已经突破16亿元。

今年国庆档影片在类型丰富度和整体品质上依然保持较高水准,奇幻、动作、战争、剧情、动画、历史、喜剧等多种类型影片同台竞技,满足了不同年龄、不同偏好观众的需求。《志愿军:浴血和平》观众基本盘稳固,其良好的市场表现为整体票房走势的平稳提供了重要支撑。近年来,以《志愿军》三部曲等为代表的主旋律题材用精湛的工业水准和动人的情感内核,打造出既符合主流价值又极具观赏性的作品,实现了经济效益与社会效益双丰收。

银幕之外,一部电影与一座城市的“双向奔赴”在全国上演。实地探访影视取景地、“跟着电影去旅游”成为众多游客的假期选择。重庆作为热门电影《刺杀小说家2》的取景地之一,成为这个假期的文旅热点。电影构建的异次元世界“云中城”设计灵感来源于重庆最具代表性的地标之一洪崖洞。北京的游客陈曦为了打卡电影里的同款风景专门来到重庆,“山城”的独特气质与影片的奇幻氛围很契合,看完电影更能感受到重庆立体而奇幻的城市魅力”。

电影《浪浪人生》主体部分在福建泉州取景拍摄,影片中的渔港、古村落、海岸线,每一帧都是泉州海洋文化与人文底蕴的生动写照。借助电影热度,不少观众在国庆假期走进泉州,为文旅市场注入蓬勃活力。

“电影+文旅”不是简单叠加,而是通过文化内涵的挖掘和创新表达,实现产业共赢。国庆节前夕,一场融合电影、市集与青年文化的艺术盛宴在浙江杭州举办,每个摊位都以电影名字命名,游客可以在这里一站式逛、玩、拍、买,体验电影中的同款场景,解锁电影同款美食、服饰、文创等。电影成为拉动消费、推动经济增长的新引擎。

过去,电影票根只是一次文化体验的凭证,如今却成为连接“吃、住、行、游、购、娱”的消费通行证。浙江省以电影票根为媒介,串联美景与美食,推动消费链条延伸;江苏省部分影院推出“电影+民乐表演”“电影+非遗美食”活动,实现“影院赚人气、非遗得传承、观众享实惠”的“三赢”;吉林省推出“跟着电影去旅游”惠民消费券活动,联动全省文旅资源,为市民和游客打造一场集观影、游览、消费于一体的节日盛宴,实现观影消费向文旅体验的场景延伸。

票根经济不仅是一场消费狂欢,更是产业深度融合的体现。今年年初,国务院办公厅印发的《关于进一步培育新增长点繁荣文化和旅游消费的若干措施》提出,深化“文旅+百业”“百业+文旅”,丰富消费业态和场景。今年以来,国家电影局、商务部联合启动“跟着电影品美食”“跟着电影去旅游”“中国电影消费年”活动,充分发挥电影对提振消费的积极作用……一系列政策举措促进“电影+”消费提质升级。

在中国电影评论学会会长饶曙光看来,政策措施的出台,助推电影与线下消费业态融合发展,催生出更多复合型文化消费场景。随着更多创新模式的涌现,电影与文旅的深度融合将继续为消费市场注入持久活力。

中宣部电影局主持日常工作的副局长毛羽表示,电影产业正从单一的票房经济向多元消费生态转型,要探索电影IP的多元化开发与新形态表达,巩固电影在文化消费中的重要地位,将“跟着电影去旅游”“跟着电影赶大集”等“电影+”消费方式拓展到社会生活的方方面面。

来源:经济日报

国庆档期总票房为何能突破十六亿元?