



全市节日市场消费总额同比增长15.1%
全市餐饮行业营业额同比增长29.2%
百家封闭式景区接待游客超800万人次
国内热门旅游目的地Top5:京、沪、蓉、穗、渝
……

渝·见你真好

作为2023年的最后一个长假,Plus版“超级黄金周”再现“人从众”的热闹场景……中秋国庆假期火爆落幕,展现了旅游业的活力、潜力,以及转型期的新趋势、新变化。来自重庆市文旅委数据显示,截至10月6日18时,130家封闭式旅游景区假期累计接待游客854.9万人次,而银联商务监测数据显示,双节期间,全市节日市场消费总额同比增长15.1%,较2019年同期增长7.9%

愉悦消费

全市节日市场消费再上台阶

即使到了6日下午,位于渝中区华盛路与瑞天路交叉口的重庆印象城顾客仍络绎不绝。而紧邻重光地铁站1号口的重庆光环购物公园,以其独特的空中绿植空间和室内植物园特色,吸引不少顾客前来观景购物体验休闲娱乐……重庆通过培育打造国际消费中心城市,持续抢占高端商业的制高点,推动传统商业腾笼换鸟和升级迭代,消费活力持续提升。

6日下午,来自市商务委消息:中秋国庆双节期间,该委加强市区县联动和政企互动,指导推动各区县、各行业以“爱尚重庆·愉悦消费”为主题,多措并举“花式”促消费,消费市场“热”力持续提振。据银联商务监测数据显示,节日期间,全市节日市场消费总额同比增长15.1%,较2019年同期增长7.9%;全市重点商圈消费总额同比增长19.9%,较2019年同期增长13%;全市餐饮行业营业额同比增长29.2%,较2019年同期增长13.4%。先“团圆”再“出门”、“分段式出游”成为今年节日消费新趋势,重庆景区、餐厅、文旅都迎来了火爆场景。

“区域首店”“行业首牌”“品牌首秀”“新品首发”——重庆持续发展“四首经济”,为消费市场带来强劲动力,通过吸引国内外知名品牌在渝开设全球性、全国性和区域性品牌首店,集聚国际高端知名品牌、高级定制品牌等在渝首发首秀新品,丰富休闲娱乐、体育运动、新零售等首店业态供给,为国际消费中心城市培育持续助力。今年上半年,我市累计引进品牌首店152个,未来则力争每年新落户各级各类品牌首店超过300个,不断提升“国际范”。

此外,川渝两地联动,商务、文旅、发改、外事及金融等部门和百余市、州、区、县开启“2023成渝双城消费节”,组织100余家购物中心、1000余家企业和上万个品牌商家,策划举办300余场活动,掀起新一轮川渝消费热潮。

今年的中秋国庆假期“合体”,点燃了广大市民的餐饮消费热情。重庆推出一系列文旅商精彩活动及惠民举措,向市内外消费者提供集“吃购娱游住行”于一体的消费指南,商旅文融合释放强劲消费动力。除洪崖洞、磁器口、李子坝“热门”都市地标外,重庆高速在24个服务区开展美食品鉴会,司乘人员可在服务区体验黔江鸡杂、麻辣鸡、泡椒蔬菜等26道菜品。据统计,节日期间,铜梁区、江北区、秀山县、黔江区农家营业额同比分别增长31.9%、29.6%、28.7%、26%。

旅游目的地

重庆这个假期排全国前五

市文旅委相关负责人称,中秋国庆假期,据统计全市过夜游客接待人数为231.82万人次,较2019年增长14.8%。8天假期,截至10月6日18时,130家封闭式旅游景区假期累计接待游客854.9万人次。其中,都市旅游景区游客接待量较大,磁器口古镇接待游客90.9万人次,洪崖洞民俗风貌区接待游客87.8万人次,长江索道景区接待游客11.03万人次;5A景区仍是跨省游、团队游首选,武陵喀斯特旅游区接待游客50.4万人次,黔江濯水景区接待游客26.1万人次,南川金佛山接待游客11.9万人次,奉节白帝城·瞿塘峡景区接待游客11.2万人次,酉阳桃花源景区接待游客10.0万人次;主题乐园类景区深受年轻群体和亲子家庭喜爱,重庆动物园接待游客28.3万人次,重庆园博园接待游客13.52万人次,重庆欢乐谷接待游客12.46万人次,重庆科技馆接待游客7.1万人次;历史文化类景区成为外地游客了解城市历史的窗口,歌乐山烈士陵园接待游客19.9万人次,重庆中国三峡博物馆接待游客11.6万人次,大足石刻接待游客10.4万人次。

携程数据显示,今年“十一”,国内热门旅游目的地Top10为:北京、上海、成都、广州、重庆、杭州、南京、西安、武汉、深圳。目的地为重庆的十一“超级假期”整体旅游订单量同比增长145%,跨省订单占比近6成,跨省游订单量同比增长222%。

重庆晨报记者 陈军 王尊 摄影报道



双节假期的光环购物公园



重庆印象城节日期间举行多种互动活动



游客在重庆印象城露台观景



老佛爷百货顾客盈门

观察

重庆“双节账单” 透露出哪些“消费密码”

人声鼎沸的旅游景区、精彩纷呈的朋友圈……今年国庆中秋“双节”同庆,假日图景格外热闹。

一组数据显示,截至10月6日下午,重庆节日市场消费总额同比增长15.1%,较2019年同期增长7.9%。透过这份“账单”,来看看正在全力建设国际消费中心城市的重庆,涌现出哪些新动向,透露出哪些“消费密码”。

历史街区玩转国风,文旅新场景加速破圈。一场国潮·宋韵文化的“穿越”,惊艳众人,让八方游客置身一方奇妙天地。放眼全市,各大商圈推出国潮趣味展等等,无不引得市民游客争相打卡。

“夜经济”受热捧,夜间消费活力已超白天。嘉陵江畔,灯火璀璨。重庆洪崖洞游人如织,戴家巷热闹非凡。顺着步道往上,店铺林立,商品琳琅满目。“有提前预订吗?没预订要等位。”一家火锅店大门外,服务员笑容满溢。店内,生意火爆。据大众点评、美团数据,“十一”假期,重庆夜间消费热力持续升温,到店消费规模占比超64%，“夜间游玩”搜索量环比节前增长228%。解放碑商圈、观音桥商圈双双跻身全国夜间消费最火的五大商圈。

首发经济成为激发消费热情的“关键一招”。“双节”前夕,西南及城市首店密集落户重庆。在渝中的印象城,69家品牌首店,更是掀起重庆“首店”上新的高潮,迅速成为商业新地标。

另外,发现“熟悉风景里”的新体验也带来新机遇。这个假期,许多人未出远门,依然获得了全新假日体验。他们是来一场Citywalk,探寻城市的特色小店,发现平常被忽视的小确幸;或是与三五好友,迎着秋风来一场自驾,到近郊来个微度假。

透过红红火火的假日经济,竞相涌现的新业态、新场景,我们期待,创新加速成为提振消费的重要支撑力,让国际消费城市建设更有底气、更可持续!

据上游新闻

双节假期 国内旅游出游8.26亿人次

据新华社电 文化和旅游部6日公布2023年中秋节、国庆节假期文化和旅游市场情况。经文化和旅游部数据中心测算,假期8天,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%。

中秋遇上国庆,“前半程团圆、后半程旅游”特征较为明显,群众假日出游意愿得到集中释放,中远程旅游实现较高增长。

文化和旅游消费在“双节”期间增长迅猛。文化和旅游部举办全国国庆文化和旅游消费月活动,推出149条全国乡村旅游精品线路和69家工业旅游示范基地。夜间消费活力进一步激发,根据中国联通数据监测,9月28日18时至10月6日6时,243个国家级夜间文化和旅游消费集聚区夜间客流量1.12亿人次,平均每个集聚区每夜5.76万人次,较2022年国庆节假期增长68.7%。