

端午消费全景:当“热浪”来袭

继“五一”长假消费火爆升温之后,刚刚结束的端午小长假依旧高涨。即使在连续40℃以上的高温之下,今年的端午北京消费也交出了喜人的成绩。三天小长假,北京重点监测的百货、超市、专业专卖店、餐饮和电商等企业实现销售额24.7亿元,实体业态同比增长29%。而在线下实体快速升温的背后,是新业态、新消费的快速崛起。

商业消费之外,北京作为国内最重要的客源地和目的地之一,在端午节游客接待量和营收上均创新高。整体来看,国内游依然延续复苏势头,在“五一”假期报复性出游后,市场逐渐回归理性。

高温不减的还有影迷的观影热情,在多部优质大片齐冲大银幕的刺激之下,2023年中国电影市场端午档(6月22日-24日)以9.09亿元总票房收官,位列中国影史端午档票房亚军。随着观影潮的显现,沉寂了一段时间的电影资本也将迎来一定程度的回温。

餐饮 知名面馆夏至不卖热面

与端午气温一样火热的还有期间的餐饮消费。端午假期期间,北京商报记者走访多个商圈发现,多家餐厅门前都出现了大排长龙的情况,即便是夜间,也有许多餐厅座无虚席。北京市商务局发布的端午假期消费盘点显示,假日期间,监测的餐饮企业营业额同比增长88.2%,东来顺、全聚德、呷哺呷哺、鸿宾楼、大董同比分别增长28.3倍、6.1倍、3.4倍、2.7倍和2.6倍。

据介绍,惠丰门丁肉饼店端午小长假期间翻台率高达5-6倍,营收客流均创新高。主打江苏菜的同春园同样火热,相关负责人表示,“小长假期间来就餐的大多是以家庭为单位,对包间需求比较高。端午当天包间一天翻

台3-4番还是供不应求”。另外,端午当天,华天延吉餐厅、华天新川面馆的冷面、凉面类美食单日销量达到近万份。夏至当天,新川面馆更是为了保障凉面供应量,暂停售卖热面。

不仅是线下门店,餐饮线上外卖更是迎来小高峰。数据显示,端午当天华天延吉餐厅4家门店外卖订单量超过800单。延吉餐厅副经理刘小溪介绍,由于订单太多,从前厅到后厨,甚至行政的后勤工作人员都来帮忙配菜、打包。

不过,端午节来临,节气美食粽子消费的热度自然不会差。西贝提供的数据显示,自今年4月21日“西贝杂粮粽”陆续上线售卖起至6月22日,全渠道杂粮粽销量同比去年增长

663%。事实上,许多企业今年都在粽子口味上下足功夫,西贝也不例外,新推出了一款咸口粽“封缸肉糯米粽”。不仅如此,为吸引更多消费者,西贝莜面村门店还于端午期间开展了“甜蜜粽动员”主题亲子活动,消费者可带着孩子一起体验动手包粽子。

虽说夏天已经来临,但今年的高温天气为端午带了些许不同。海底捞方面表示,三天端午假期中,内地地区海底捞共计接待顾客超450万人次,较去年端午节客流增长超过40%。为帮助消费者消暑,除了门店提供的常规饮料,海底捞部分门店还免费为消费者准备了清热降火的梨汤和菊花茶。

商场 18点后夜经济火热

持续高温天气下,购物中心成为消费者钟爱的避暑场所。根据北京市商务局发布的端午假期消费数据,端午假期,全市60个重点商圈客流量2068.1万人次,同比增长76.8%。

客流涌向线下商场,各类国风互动活动、亲子体验轮番上演。嘻番里的端午游园会营造了国风空间供消费者打卡,设置了投壶、套圈、蹴鞠等国风互动游戏;还有团扇和艾草花束手工制作活动、文化市集等。据悉,嘻番里5月23日单日客流量达到近2.6万。朝阳大悦城

teamLab无相艺术空间端午期间客流接近7000人次,且主要以家庭客群为主。

中粮·祥云小镇相关负责人表示,端午期间,祥云小镇举办了亲子手作互动、包粽子和嬉水游艺等活动。据统计,3天假期,中粮·祥云小镇客流总量达182万人次,同比去年端午假日上升92.4%;同比2019年端午假日上升23%。

与此同时,近期的高温天气使夜间消费进一步流行。上述中粮·祥云小镇负责人表示,由于端午假日高温天气,顾客更多选择在

18点后出游消费,包含餐饮、娱乐、体验业态的“夜经济”成为主流消费形态。

北京市商务局发布的端午假期消费盘点中,银联商务数据显示,端午假日期间,夜间实物商品消费金额同比增长44%,其中夜间餐饮消费金额同比增长65.9%;夜间服务消费金额同比增长32.3%。其中,华熙LIVE·朝阳合生汇等多个商场推出了“深夜食街”相关活动,还有朝阳大悦城“城市夜巷”、赛特奥莱“落日音乐会”等,夜间休闲氛围十足。

老字号 冰凉款衍生品销量翻倍

端午小长假伴随连续高温,让老字号及相关的冰凉款产品走俏市场。北京商报记者从吴裕泰了解到,该品牌的冰激凌、茶饮等产品销售额与去年相比实现翻倍增长。今年,吴裕泰还上线了茶粽礼盒,礼盒设计以粽子、波浪、五彩绳、门头为设计元素,点缀团花和茉莉花元素,更具有传统文化特色。吴裕泰茶粽子销售同比增长17%,与2021年相比增长65%。

端午节期间,北京稻香村举办“第二届端午文化节”,并推出10种新品口味,茉莉香莲粽、梅菜鲜肉粽美味幽香,五毒饼、平安饼等限定糕点增添节日氛围,假日期间二十四节气店、零号店客流量合计近5000人次。

同时,商圈也通过老字号及其传统技艺、文化,与消费者形成更多互动。东城区“老字号嘉年华”助力本土品牌焕发生机,隆福寺“大

娃端午游园会”为节日添氛围,模式口历史文化街区开展非遗大师课堂等。

内联升旗下大内联升推出“内有萌虎”童鞋产品。“内有萌虎”童鞋鞋底印有传统的五毒——毒蝎子、蛇、壁虎、蜈蚣、蟾蜍。带着祝福寓意的虎头鞋,祈福孩子健康成长、长命百岁,也有壮胆辟邪之意,鞋底“踩五毒”寓意祝福孩子“百毒不侵”。

旅游 接待量和营收双新高

3天小长假让本地游市场重新走热。

据北京市文旅局消息,全市重点监测的216家旅游景区(地区)在端午节假期累计接待游客518.59万人次,比2019年同期增长2.1%;累计营业收入3.09亿元,比2019年同期增长5.8%。游客接待量和营业收入双创新高,赶超2019年同期水平。

据了解,北京639家旅行社共组织接待京内旅游团7616个、团队游客数18.02万人,团

队游客数比2019年同期增长138%。故宫、恭王府、北京天文馆等热点景区依旧火爆,门票均被约满,王府井、南锣鼓巷、前门大街景区、颐和园接待人数均在2019年以来的高位运行。全市酒店新人住旅客80.5万人,在住旅客172.7万人,与2019年同期相比,分别增长7.2%、9%。

京郊游方面,木鸟民宿报告指出,端午假期乡村民宿订单达到2019年的3.9倍,

其中北京怀柔区与延庆区乡村民宿端午假期订单表现亮眼。据同程数据,在2023年端午假期国内热门酒店预订城市中,北京高居榜首。

不仅是北京,其他城市本地游市场也受到青睐。据途家数据,今年端午假期以短途游为主,超六成客人选择省内游,除了北京,上海、广州、成都、天津等城市民宿出游人次最多。

电影 创影史端午档票房第二

6月25日,国家电影局数据显示,2023年端午档电影票房为9.09亿元,取得了影史端午档票房第二的成绩。端午档观影人次达2249万,国产影片票房占比为80.08%。

具体票房方面,端午档期间,票房排名前3的影片分别为《消失的她》5.07亿元,《我爱你!》1.06亿元,《变形金刚:超能勇士崛起》8183万元。

据灯塔专业版,端午档档期内总出票2249万张,场次1277场。

灯塔专业版数据分析师陈晋指出,《消失的她》有望凭借优异的口碑在暑期档走出一条坚挺的长尾曲线,成为今年暑期档的票房爆款。

作为暑期档前哨的端午档,用票房表现向业内传达了信心。影院负责人曾盼对暑期档接下来的表现充满期待,他告诉北京商报记者,影片供给的提升能够有效带动观众观影欲望升温,正因如此,在影片主创阵容和质量的支持下,端午档尽管只有三天时间,但依

旧产生了一波观影高峰。

此前,财政部、国家电影局联合发布关于阶段性免征国家电影事业发展专项资金政策的公告。为支持电影行业发展,将阶段性免征国家电影事业发展专项资金,自2023年5月1日至10月31日免征国家电影事业发展专项资金。覆盖了暑期档、国庆档两大关键档期。

灯塔专业版显示,截至目前,80余部影片已陆续定档暑期档,涵盖剧情、动作、家庭、爱情等多种类型。



延伸阅读

避暑、夜游成关键词 全国旅游收入逼近2019年

整体来看,国内游依然延续复苏势头。据文旅之声,经文化和旅游部数据中心综合测算,全国国内旅游出游1.06亿人次,同比增长32.3%,按可比口径恢复至2019年同期的112.8%;实现国内旅游收入373.1亿元,同比增长44.5%,按可比口径恢复至2019年同期的94.9%。

从旅游人次来看,端午假期旅游人次的恢复距离“五一”假期恢复2019年同期的119.09%,相差约6.29个百分点。由此可见,旅游市场在经历“五一”假期报复性出游后,逐渐回归理性。

从多家在线旅游平台数据来看,不少平台端午数据业务量也持续走高。据携程数据,部分旅游业态的恢复进展已超过疫情前水平,其中国内门票业务等订单量较2019年同期已翻倍。此外,飞猪、同程旅行数据也显示,端午假期平台机票、酒店、周边游等业务量均超过2019年同期。

今年的端午节是年轻人的“旅游节”。高考的结束和大学“毕业季”的到来,让更多年轻人拥有出行需求,也让商家有了更多参考。

去哪儿数据显示,今年端午假期,18-23岁的大学生群体机票预订量增长明显,“90后”(24-33岁)旅客群体占比最高,达到32%,两者相加占比超过四成。木鸟民宿CEO黄越谈道:“毕业季、暑期游多重因素叠加,‘00后’成为拉动

端午民宿消费增长的首要动力。”

此外,端午假期多地频频高温预警,“避暑”也成为人们在高温天气里最迫切的需求。

携程平台上,避暑、消暑相关搜索热度环比上升50%,去海边、去山中,成为避暑的好方法。根据飞猪发布的数据,其平台上的海岛游商品预订量同比增长超56%。大西北、大西南和沿海城市等避暑目的地旅游热度也在持续升温。昆明、海口、三亚、乌鲁木齐、厦门成为今年端午预订最热的“避暑圣地”。

除了目的地避暑,夜游避暑也成为端午的一大特色。据文化和旅游部专项调查显示,端午假期参与夜游的游客比例达22.3%,较2022年同期大幅提高7.9个百分点。根据数据监测,端午节期间,243个国家级夜间文化和旅游消费集聚区夜间客流量3625.3万人次,平均每个集聚区每夜4.97万人次,较2022年同期增长38.8%。

随着毕业季、暑期临近,今年的旅游旺季已提前吹响集结号。马蜂窝旅游研究院院长冯晓表示,端午往往是暑期旅游市场风向标,从今年端午超一亿出行人次的火热程度来看,预计接下来的暑期市场将迎来新一轮旅游小高峰,旅游业也将进入结构性复苏新阶段。

北京商报记者 王维祎 王思琦 蔺雨葳 张天元 韩昕媛 实习记者 牛清妍