

国庆假期家庭消费持续升温

消费结构性优化升级

中新网客户端北京10月7日电 “十一”黄金周假期即将结束，国人假日消费热情高涨，消费结构性持续优化升级。来自阿里等的数据显示，今年黄金周爱吃、爱美、爱玩是最大消费驱动力，以“银发经济”为代表的家庭类消费持续升温。

爱吃、爱美、爱玩成最大消费驱动力

——爱吃

黄金周前三天，阿里线上牛排成交额同比增长60%，超300万人次在天猫超市抢购茅台酒，白酒成交额同比增速达12倍。盒马鲜生线下消费增幅近三成，买得最多的前十种商品均为海鲜，帝王蟹同比涨30倍，阳澄湖大闸蟹卖出40000只。

在酒店叫外卖成为在外旅游“随心吃”好办法。10月1日至3日，上海生煎、武汉热干面、西安肉夹馍销量最高。其中，上海生煎超过11万人次下单。

——爱美

国人也越来越“爱面子”。

天猫数据显示，10月1日至3日，芳疗精油成交同比大涨239.64%，香水成交额同比增长50.59%，男士彩妆成交额同比增长69.91%，防晒霜成交同比增长79.30%。

——爱玩

背起行囊，去远方看看，是

“十一”假期主流度假方式。值得注意的是，虽然东南亚4小时飞行圈依旧很受欢迎，但飞猪上预订境内游的人数同比增加42%，增速超过出境游。

更多一线城市用户去往三线及以下城市游玩和消费。支付宝数据显示，网红旅行地前三名是四川阿坝、云南丽江、大理，网红商圈前三名是昆明金马碧鸡坊、南屏街，西安回民街。

以往出国游玩，“买买买”常常是一种甜蜜负担，现在“人在国外玩，消费在国内”逐渐成为一种常态。国庆前3天，天猫国际成交额增34%，最火爆的进口商品来自日本、美国和韩国，恰好都是热门的出境旅游目的地之一。另北京、上海机场免税店支付宝人均消费金额超过2000元。

中老年人消费力爆棚

中老年群体逐渐成为数字化消费的生力军。这个假期，他们不但懂网购、爱旅游，也愿意在中高端体检和医疗美容上花钱。

10月1日至3日，淘宝“爸爸秋冬外套”搜索量环比上周涨136倍，“中老年妈妈秋装上衣”搜索量比上周涨64.6倍。在天猫上，50岁以上消费者购买方便速食、即食火锅、方便米饭的销量增长分别高达101.9%、128.3%、122.2%。

大数据显示，这个黄金周，40

岁以上的中老年用户群体大体可分为“出门浪”和“家里蹲”两大阵营。“出门浪”要做好周全准备。

“家里蹲”的也不闲着。10月1日至3日，去体检机构进行全面检查的40岁以上中老年消费者数量比去年增长近2倍。去医疗美容机构进行口腔护理、医美手术的中老年人也比去年增长近2倍。

另外，灯塔专业版与淘票票数据显示，电影院3张及以上购票订单占比达16.1%，同比提升33%，家庭观影也成为黄金周核心休闲娱乐方式之一。

国庆主题类消费成新亮点

新中国成立70周年，持续带动了一波红色旅游、国庆献礼电影、国产品牌消费。

延安、石家庄、吉安、重庆、南昌、湘潭、遵义、北京、徐州、嘉兴十大红色经典旅游目的地10月1日至3日酒店预订量同比增速平均超过300%，其中预订延安酒店的00后更是暴涨超20倍。

数据显示，10月1日，歌曲《我和我的祖国》成为00后最受欢迎的曲目；国庆献礼影片《我和我的祖国》《中国机长》《攀登者》成为票房前三名。

消费者也越来越中意国货。数据显示，10月1日当天，天猫成交额前十名美妆品牌中8个是国货品牌。

认知障碍老人 如何提高生活质量？ 上海：“社区日托”来帮忙

新华社上海10月7日电 在国庆长假期间，记者走进上海市闵行区新虹街道的“记忆家”。八位中轻度认知障碍老人正在进行康体运动：社工通过拉伸带，带领老人们进行着伸展运动。之后，社工拿起彩色纽扣与画笔，请老人和家属一起完成“欢度国庆，喜迎重阳”的条幅制作。

“这项活动将色彩辨识和手部精细动作训练相结合，刺激认知障碍老人的感知力。”新虹街道社区服务办主任王云舟说，针对老年认知障碍，目前还没有药物可以逆转，唯一能做的只有通过专业的护理减缓病情的加剧。

84岁的张梅春多次脑梗，左手失去知觉，且听力欠佳，记忆力减退。家人将他送到了“新虹记忆家——社区认知障碍家庭支持中心”，为其申请了一对一案干预服务。

上海是我国老龄化程度最深的城市之一。据估算，上海认知障碍老年人约20万人。9月，上海28个街镇被列为“老年认知障碍友好社区”首批试点单位。

据悉，加强老年认知障碍照护服务已被列入《上海市深化养老服务实施方案（2019—2022年）》。其中，老年认知障碍友好社区建设是该项服务的重要组成部分。

报告显示： 中国持续保持亚太地区 最大国际游客客源地

新华社北京10月7日电 全球支付科技公司万事达卡近期发布的报告显示，中国内地持续保持了亚太地区最大国际游客客源地的市场地位。亚太地区前五大旅行目的地——曼谷、新加坡、吉隆坡、东京和首尔，它们的最大客源地均为中国内地。

万事达发布的2019年亚太地区旅行目的地指数报告显示，中国内地自2012年超越日本成为亚太地区最大客源地后，保持这一地位至今。中国内地是亚太地区82个城市的前三大客源地之一，占本次报告调查的161个目的地的一半以上。包括曼谷、新加坡、吉隆坡、东京、首尔等在内的亚太地区最热门20大目的地中，中国内地为其中13个市场提供了最多的游客资源。

在出境游保持高速增长的同时，中国入境游市场的上升趋势也持续巩固。在报告涵盖的161个亚太地区热门旅行目的地中，共有41个中国城市上榜，占比约26%。

博物馆里过假期

10月7日，讲解员（右）在安徽省博物院向参观者介绍“淮上窑火——寿州窑瓷器专题展”。

国庆长假期间，安徽省合肥市不少市民来到安徽省博物院观看展览，乐享假期。 新华社发



快消品线上品牌更替率高

新华社上海10月7日电 据新近在沪召开的“2019快消品对接论坛”上发布的机构报告，国内快速消费品线上的品牌更替率较高。力推新品及新品类已成快消品行业发展的主要动力。

由上海市东方世纪消费品发展促进中心主持的这一报告说，线上快消品的品牌竞争更趋激

烈，相关零售监测显示，线上品牌更替率高达28.6%，高于线下的15.1%。根据市场需求，推出新品成为快消品品牌发展的重要途径，不少品牌的升级新品较受市场的青睐。而宠物食（用）品、电动牙刷等新品类呈现快速增长，正吸引更多的品牌和资本进入。

随着“国潮风”的兴起，不少快消品品牌结合传统文化，用潮流的手法打造“国潮文创”系列新品。另外，一些跨界的合作，瞄准节庆消费或餐饮、健身等特定场景，推出配方升级、形态创新的新品。这些都成为快消品行业新品拓展的有效途径和方法。