



# 龙年春节

## 消费意愿和行为调研报告



研究出品

2024年2月





## 导语

- 随着经济社会全面恢复常态化运行，2023年我国消费市场跑出“复苏”新速度，从开年线下消费快速回流，到贯穿全年的文旅消费热潮，再到新型消费理念凝聚成大众共识，社会消费态势回暖趋势愈加明显。2024年春节，返乡过年趋势回温，“旅游过年”成潮流，都将对消费形成积极带动，激发消费市场活跃度。春节消费情况是探视社会经济发展的窗口，对于了解民众的消费能力、消费意愿，从而分析民众消费特征和趋势的变化具有重要的现实意义。
- 龙年春节即将到来，企鹅有调对全国民众的春节消费意愿和计划进行了网络问卷调查，这是企鹅有调连续第三年发布春节消费前瞻调研报告，本次调研共收集15832份合格样本，覆盖全国31个省、自治区、直辖市。本次调研样本量，超过在95%的置信度和3%的误差率条件下所需的最低样本数量，样本符合统计学有效性要求。
- 报告所发布内容，为企鹅有调根据调查数据所做的独立原创分析，报告版权归企鹅有调所有。



# 目录



壹  
1

消费“心理”洞察

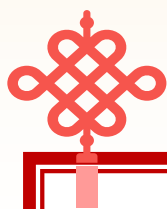
贰  
2

消费“亮点”挖掘

叁  
3

消费“趋势”前瞻

壹  
1.

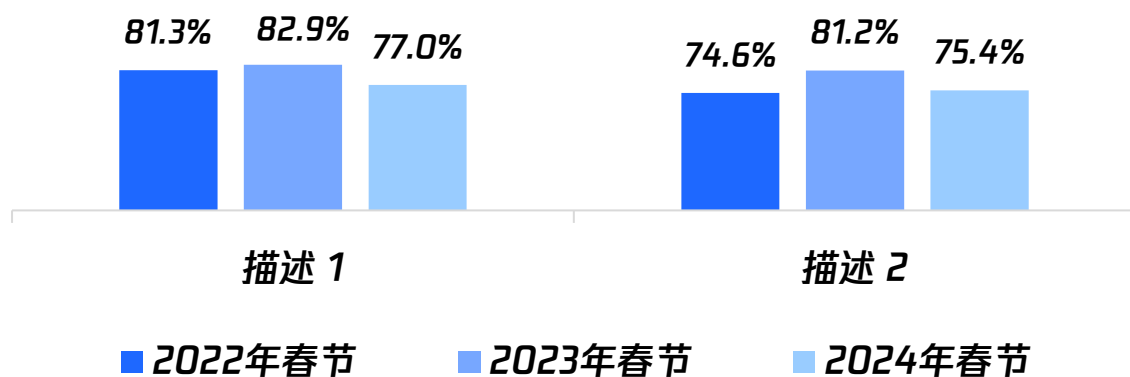


消费“心理”洞察



## 居民消费心态有所回暖，但整体避险情绪仍较显著

### 民众对各项关于消费理念描述的认同程度



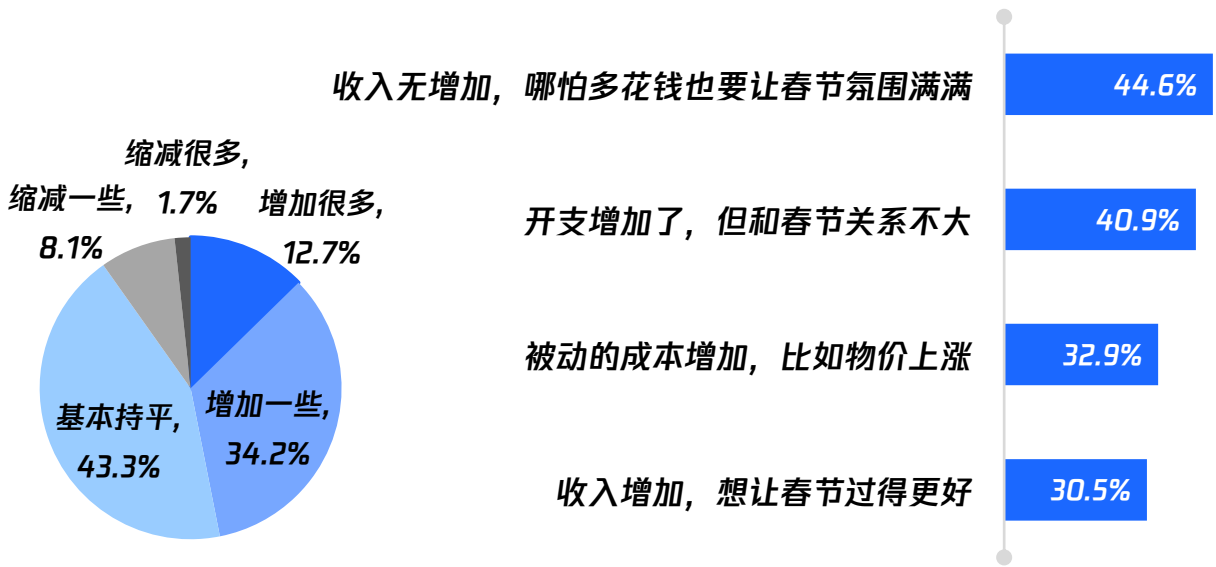
描述1 即使我有钱了也不会贸然消费，必须为未来的不确定性做好准备  
描述2 相比去消费，我现在更注重储蓄

- 调研数据显示，在“为未来不确定性做准备”的消费心理上，民众的认同度近三年呈现先增后减，在今年春节调研中，该消费心理的认同度均明显低于前两年，说明民众对消费的极度克制情绪有了一定缓解，消费心态出现回暖。在“更注重储蓄”的消费取向上，75.4%的受访者表示认同，相较2023年春节调研数据下降5.8个百分点，略高于2022年春节，反映出居民储蓄意愿的回落偏谨慎。
- 综合来看，今年民众消费心态释放出了积极回暖的迹象，但为应对未来不确定性的避险情绪仍然显著。



# 节庆氛围带动春节消费意愿温和提升

## 民众2024年春节消费预算年度变化及增加原因

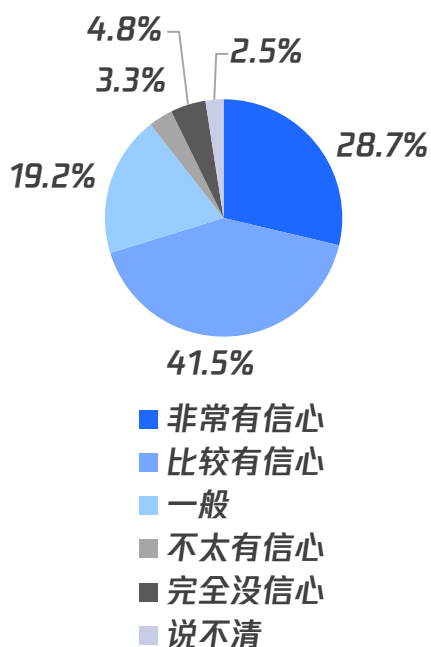


- 调研显示, 46.9%的民众表示今年春节花销预算会比去年增多, 略高于表示消费持平的43.3%, 春节消费意愿温和提升。同时, 超过九成的民众计划将春节消费控制在家庭月收入内, 甚至超过六成民众计划控制在家庭月收入一半以下, 显示出春节消费意愿仍处于“保守性”增长。谈及为何春节消费预算增多, 收入没有增加下的春节氛围追求是最主要原因, 44.6%的民众选择此项, 非春节需求下的开支增加排名第二, 选择比例为40.9%。
- 由此可见, 春节氛围的带动有利于激发人们的消费意愿以及对非节日消费带来虹吸效应。

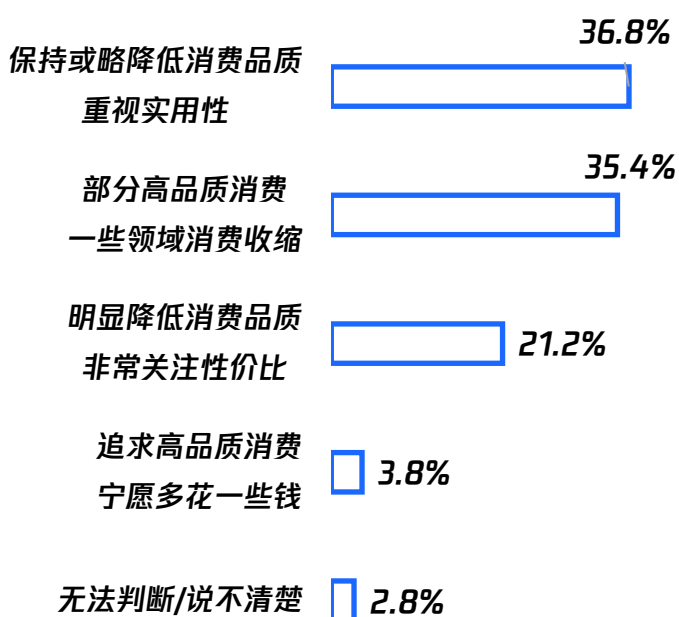


## 发展信心较充足，消费更看重品价比

### 民众对龙年发展的信心程度

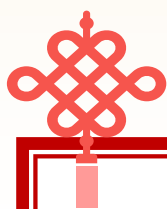


### 民众对未来半年到一年时间里的消费打算



- 未来消费计划与个体发展信心息息相关。对于龙年发展，70.2%的民众表示有信心，19.2%的民众持中立态度，整体信心度较高。
- 此种信心也反映在接下来的消费心态和打算中，消费者并没有仅仅为了克制消费而对品质的追求骤降，也没有纯粹为了追求高品质而支付溢价，而是更加注重品质与价格平衡的“品价比”。未来半年到一年短期时间内，36.8%的民众选择保持或略降低消费品质，35.4%的民众倾向在一些领域消费收缩，只进行部分高品质消费。整体来看，消费者以更加理性的心态追求品质消费，关注产品的实用价值。

贰  
2.



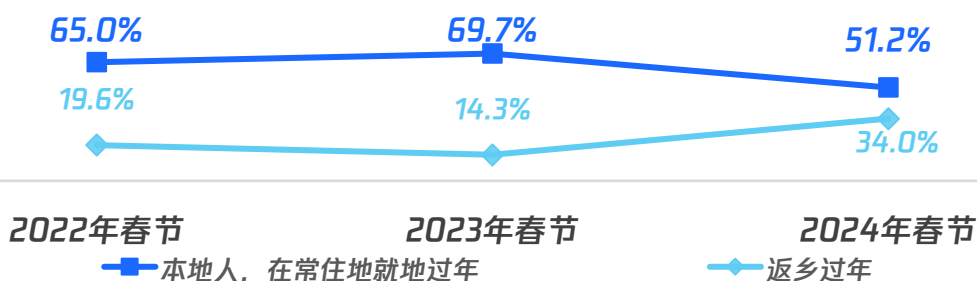
消费“亮点”挖掘



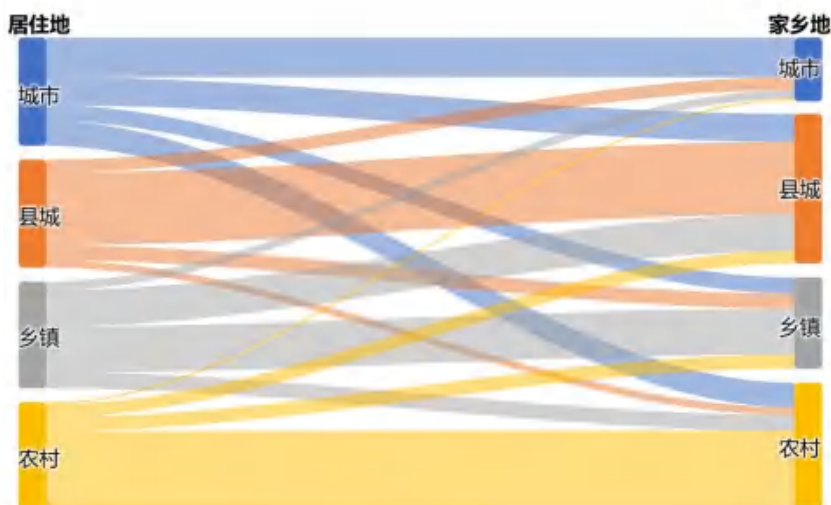


## 返乡过年趋势回潮，有望带动中小城市和村镇消费

### 民众近三年过年状态的变化情况



### 今年春节民众从居住地到家乡地的流动情况

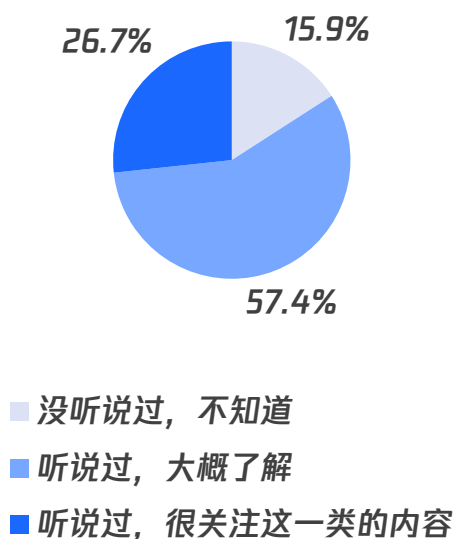


- 调研显示，51.2%的民众表示今年“就地过年”，较去年和前年均大幅度收缩，与之对应的是返乡过年热潮回升，今年有34.0%的民众计划回乡过年，较去年的14.3%提升幅度达到137.8%，春节“返乡热”特点突出，今年春运压力明显增大。
- 结合今年计划返乡的民众从居住地往家乡地流动情况来看，“向下流动”特征明显，约63%居住在城市民众计划往县城及以下区域流动，大城市返乡人群在带动中小城市以及乡镇经济发展活力和激发消费市场活跃上有较大的潜力。

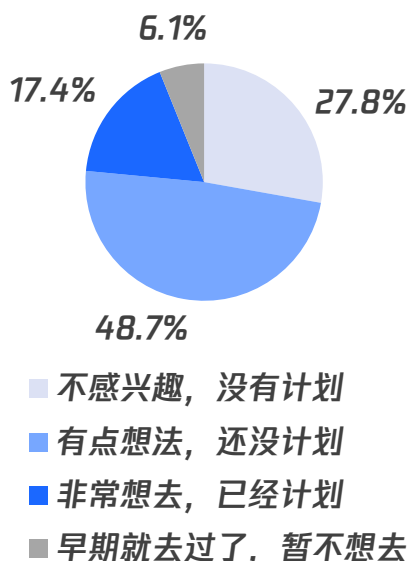


## 假期旅游消费热度升温，各地文旅“花式”揽客作用突出

### 对近期全国多地旅游热现象的了解情况



### 春节假期前后前往近期热门旅游城市的意愿

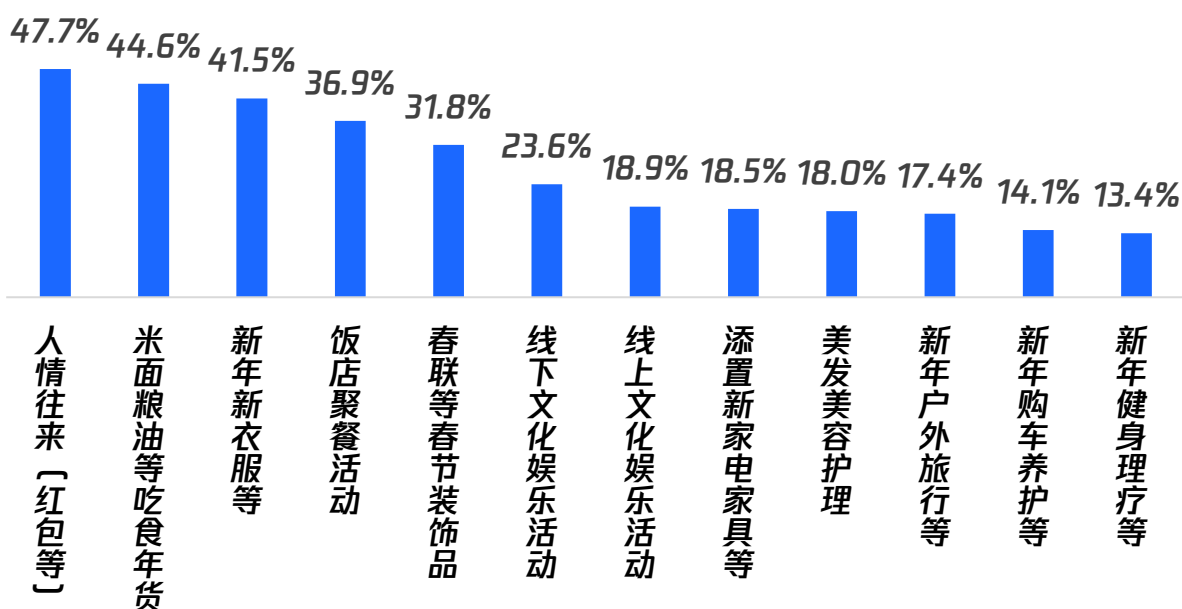


- 文旅消费有望维持“稳开高走”的发展态势。去年12月“尔滨”爆火出圈后，各地文旅部门使出浑身解数多措并举引流，多地相继出现“文旅热”，一定程度上带动民众春节出行意愿。
- 调研显示，84.1%的民众了解或关注近期各地文旅热的信息，且有48.7%的民众在春节或者节前后期间有去这些地方的想法，17.4%的民众已经做好准备，旅游消费预计在春节迎来可观增长，有利于促进旅游地经济发展。



# 红包与年货等传统春节消费仍将是最大支出，线下文娱复苏自带溢出效应

## 民众春节消费计划投入的品类

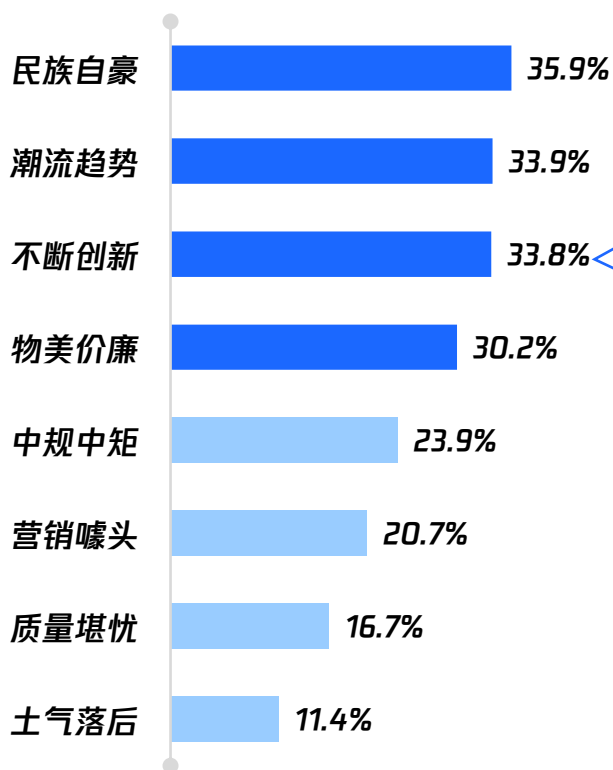


- 在春节消费品类中，最主要的仍是红包支出、置办年货、年俗花销、社交支出等传统消费。
- 值得关注的是，在今年春节各项主要消费品类与去年变化不大的情况下，线下文娱消费实现自2022年虎年春节以来，连续两年占比递增。2023年以来，演唱会、音乐节、体育赛事等线下文娱活动迎来爆发性增长，观演溢出效应在推动春节消费方面也将具有极大潜力，为一场演出、一部影视剧、一场比赛而奔赴一座城市将在新的一年消费中继续迸发活力，如近期热映的电视剧《繁花》即掀起在上海的外滩、和平饭店以及黄河路等一系列地标打卡热潮。

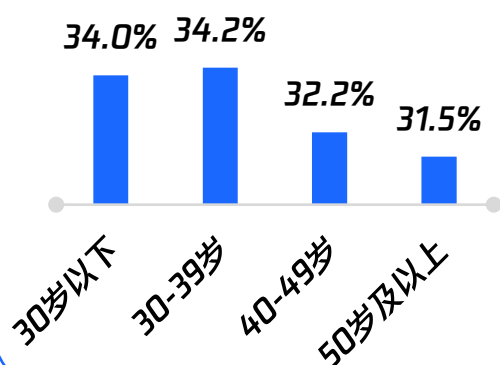


# 国货“潮品”激发消费新热点，品质创新“圈粉”引领消费新潮流

## 民众对国货“潮品”的印象

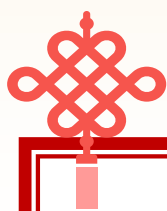


认为不断创新的占比 [按年龄]



- 从节日服饰到零食坚果、从老字号品牌到文创“新年货”，不少国货品牌产品纷纷融入中国风、龙年生肖等“国潮”元素，在引发消费者情感共鸣的同时，也为龙年春节赋予更多人情味。
- 调研显示，民族自豪、潮流趋势、不断创新和物美价廉是民众对于国货“潮品”的主要认知印象。国货“潮品”竞相绽放、遍地开花，不少老字号与新品牌跨界“圈粉”，体现出消费者对于“国货传承创新”的价值认同，尤其是30岁以下及30-39岁的青年群体，认同度更高。

# 参 3.

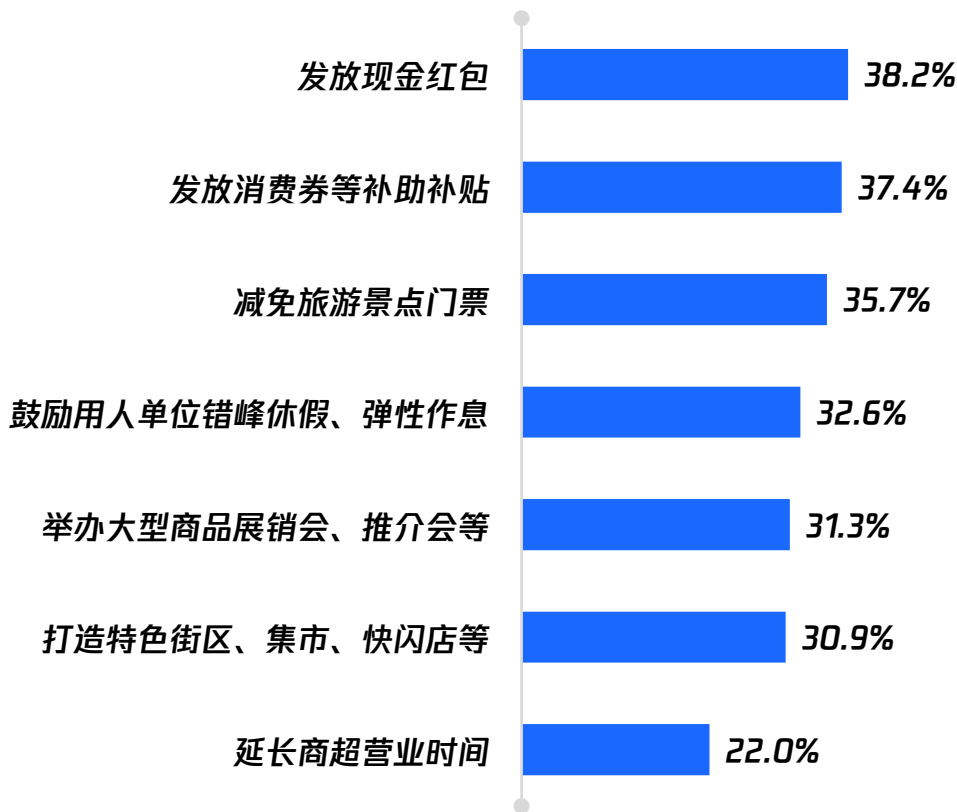


## 消费“趋势”前瞻



## 发放现金、消费券广受民众期待，企盼减免旅游景点门票等惠民措施

### 民众对促进春节期间消费的措施期待

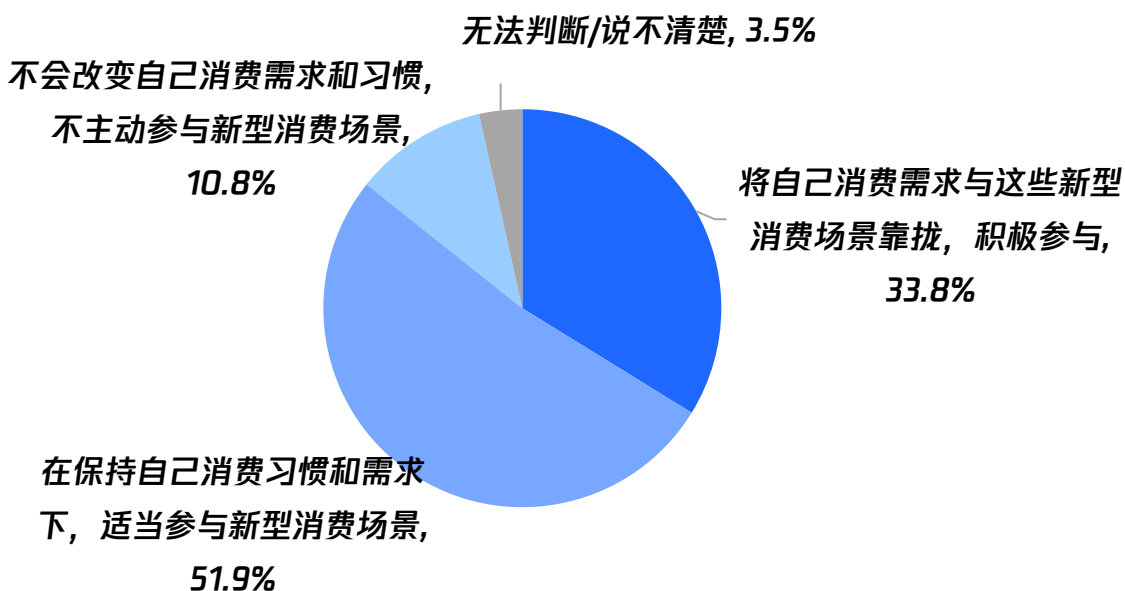


- 调查数据显示，在民众期待刺激消费政策中，“发放现金红包”与“发放消费券等补助补贴”居于前位，占比接近，分别有38.2%与37.4%的受访者希望予以实施，这表明为民众在消费场景中提供现金或补贴对拉动消费的效果可能更加直接。
- 与此同时，35.7%的民众对“减免旅游景点门票”的期待也较强烈。眼下，旅游市场持续火热，尽管降低或免除景区门票会短期内减少收入，但长远来看，这种做法对于刺激地方经济的增长和扩大旅游消费市场具有积极的影响。



## 新型消费理念凝聚成大众共识，激发居民消费潜力

### 民众参与新型消费场景的意愿

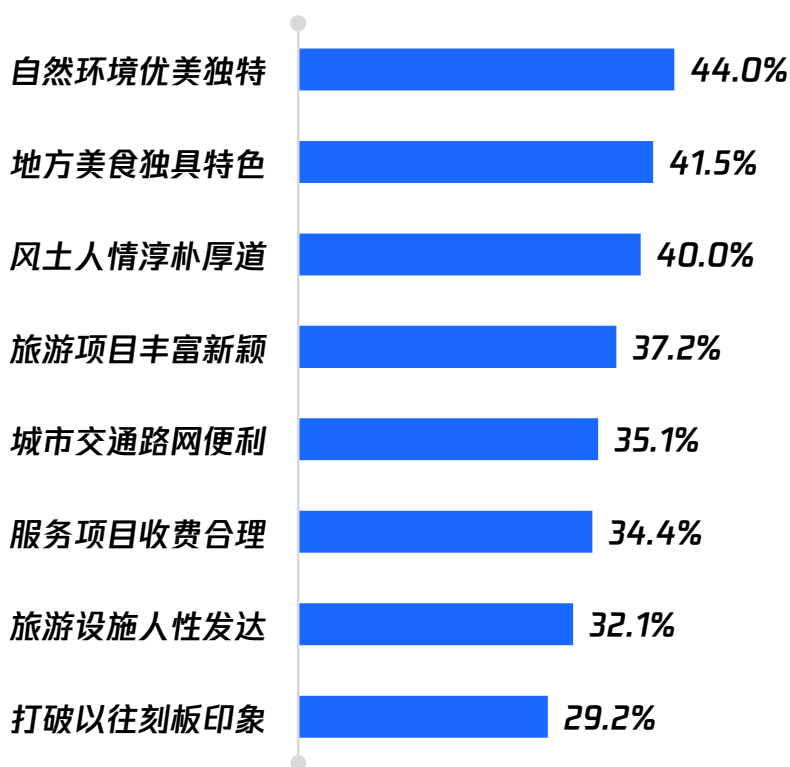


- 中央经济工作会议提出，要激发有潜能的消费，大力发展数字消费、绿色消费、健康消费等新型消费。调研显示，民众对健康消费了解程度最高，有74.2%的被访者表示了解。绿色消费被访者了解比例为73.5%，数字消费是66.4%。整体来看，新型消费理念在广大消费者中有比较好的接受基础。
- 在日常生活中，关于践行这些消费理念情况，高达85.7%的受访者表示会不同程度将自己的消费需求向新型消费场景靠拢，参与积极度在不同收入、学历、地域人群上并无显著差异，说明这些具有潜力的新型消费场景和形态在民众中有较好的培育土壤。



## 文旅热持续，自然环境、地方美食与风土人情等自身特色是最大竞争力

### 促进民众对旅游城市满意度的主要因素



- 今年文旅消费热度将持续火爆，对影响文旅热的各因素调研发现，自然环境、地方美食、风土人情等当地特色是文旅市场热风持续的关键，因地制宜是根本。44.0%的民众最为看重自然环境优美独特，41.5%的民众表示喜欢地方美食独具特色，还有40.0%表示被风土人情淳朴厚道打动。
- 未来文旅消费在重视自然、民风淳朴时，也应注重个性化、品质化与智能化，绿色环保和跨界融合有望成为文旅产业发展的重要趋势。





## 报告总结

通过对万份调研样本的分析，同时结合舆论洞察，企鹅有调提出2024年龙年春节消费的典型特征和趋势变化：

**1、民众春节消费心态转变回暖迹象明显：**民众在“为未来不确定做准备”的占比为近三年低点，反映出民众春节消费心态呈现回暖态势，有助于促进消费需求、激发消费动力。

**2、“返乡过年潮”有望激发下沉市场消费潜力：**34.0%的民众计划回乡过年，约63%城市居住的民众计划往县城及以下区域流动，有望激发下沉市场消费潜力。

**3、文旅热和线下演艺溢出效应拉动旅游热度：**“尔滨”爆火出圈引旅游热潮，此外，在春节计划消费品类中，线下文娱消费实现自2022年虎年春节以来，连续两年占比递增。

**4、发放消费补贴、减免旅游景点门票获民众高期待：**为促进春节期间消费，分别有38.2%、37.4%和35.7%的民众呼吁“发放现金红包”“发放消费券等补助补贴”“减免旅游景点门票”，在期待刺激消费措施中排在前位。

**5、新型消费理念得到普遍认同，催生消费新趋势：**多数民众表示了解新型消费理念，高达85.7%的民众表示将参与新型消费场景，新理念新场景激发消费新趋势。