

春节消费市场调查报告 春节的消费调查报告(优质11篇)

辞职报告还可以帮助雇主和同事理解离职的原因和动机。这里是一些优秀竞聘报告的范文，供大家参考和学习。

春节消费市场调查报告篇一

从滨州旅发委获悉，据统计调查测算，“春节”假日期间，滨州共接待游客24.88万人次，同比增长14.12%，实现旅游消费1.41亿元，同比增长17.81%。

春节黄金周期间，滨州天气总体良好，旅游市场火爆，接待人数和旅游收入大幅增长。

据统计调查测算，20“春节”假日期间，滨州市共接待游客24.88万人次，同比增长14.12%，实现旅游消费1.41亿元，同比增长17.81%。

全市各星级宾馆、酒店保持较高入住率，青藤源大酒店、大学饭店等客房出租率达到90%以上。纳入统计范围的旅行社接待经营情况也保持平稳上涨。

旅游消费畅旺带动相关产业的发展，市内新开业的万达广场、全福元、新世纪影城等商家利用假期推出一系列优惠促销活动，消费火爆，吸引了大批市民和游客。

假日期间，各县区、各重点旅游景区都推出了丰富多彩的民俗主题活动。

滨州经济开发区狮子刘庙会、惠民玉皇庙春节庙会、武定府衙文化主体庙会及首届民俗灯会给全市游客带来了春节民俗文化盛宴，滨城区杜受田故居推出莘莘学子“拜帝师，中状

元”祈福活动，惠民县魏氏庄园推出了“庄园民俗风”等主题活动，孙子兵法城景区在孙武塑像前举行开城迎宾鼓仪式，表演孙武出征鼓、欢庆鼓等锣鼓喧天，喜迎八方来客。

邹平鹤伴山旅游景区举办“迎接第一缕曙光·登鹤伴山祈福”活动。魏集古村落景区游客如织、人气爆棚，抛绣球，找幸福；魔术表演、皮影戏、说书、吕剧、快板、中华琴书等各类民俗表演使游客沉浸在节日的欢乐中。阳信县10个乡镇办村庄开展迎新春戏下乡活动，演出的杂技、曲艺、相声、小品异彩纷呈、欢天喜地。

市区各旅行社纷纷推出春节特色旅游线路，带领广大游客过一个特别的新年。滨城区贵苑大酒店推出“好客山东贺年会，真情贵苑过大年”活动、邹平县贺年游、贺年宴、贺年礼、贺年乐等五大产品活动多种多样。

阳信县书画爱好者在县城举办写春联、送祝福活动，给市民带来原汁原味的节庆气氛。金阳万亩梨园、水落坡民俗文化旅游区吸引了大量来自滨州、淄博、济南、东营、德州、潍坊等地的游客前来休闲观光。

按照省旅发委和市委、市政府的工作部署和要求，市旅发委及各县区旅游部门周密部署假日旅游各项工作，落实责任、强化措施，发挥重大节庆活动的带动效应，全力展现滨州旅游新形象，确保了整个假日旅游活动的平安有序。

各级值班人员坚守岗位，各司其职，坚持24小时值班。截止目前，全市旅游秩序良好，受理旅游投诉1起，已妥善处理。全市无重大旅游投诉，未发生旅游安全事故。

春节消费市场调查报告篇二

从各方面统计和估算的数字分析，广东人过春节花钱越来越大方。在广州一大学做教师的小彭称，因为供了一套房，加

上孩子上学，所以一家人春节花费还是比较节省，但即便如此，置办年货加上亲戚、朋友、同学人情走动，还是花去7000元。在白领阶层中，小彭的钱花得还不算多。今年天冷，又为逛商场多吃多穿多花费再添一把火，几乎所有的消费场所全面火爆，春节前后成为名副其实的黄金消费时段。

广州市的天贸南大、广百集团等百货公司，今年春节期间投放市场的商品总值比去年同期增长20%以上，而销售增幅也同样超过20%。其中，广百初一至初七销售额达3365万元，增幅达45.5%，这说明虽然供应量大了，但需求量也在增大。而友谊百货1月前28天的销售额比去年同期增长10%，王府井这28天的销售额已达到去年一二月的销售总和，相当于去年全年销售额的1/3。省经贸委市场流通处罗房枢说，今年春节来得早，从元旦开始市场已开始启动。在前后持续约一个月的春节消费月里，全省社会商品零售总额比去年同期全年月平均零售总额上涨约30%，达到600亿元。分摊到全省近8000万常驻人口粗略估算，意味着平均每人花费近800元。这还是一个较保守的测算数字。

横看竖看春节地位有变

消费虽然依然火爆，但年味似乎并不是用金钱能买得到的。

说到年味，人们的眼前常常会浮现这样经典的传统图景：风雪夜归，阖家团圆，围炉夜，守岁至明，开门三声爆仗。新年游，看花市，百戏竞阵，货郎蚁集。然而年复一年，这样的简单图景反而离我们越来越远。

中国市场学会理事、暨南大学商学系主任杨建华认为，花钱更多，但品味年味更难的原因很多：

其一，将春节的过去与现在纵向相比，过去过年是人们一年消费的集中体现，虽然现在仍是这样，但随着人们收入水平的提高，过年消费远没有过去那么高度集中。如果划曲线图，

过去的曲线更陡峭，现在则平缓得多。

其二，将春节放在全年中横向来看，过去的文化较为传统单一，春节地位高企，现在东方西方文化交流，古代现代文化荟集，一年大小节日隔三差五就有一个，冲击了春节的传统地位，使得春节在人们的心目中已不再那么神圣化。特别是年轻消费者，传统观念更是淡薄。

一位消费者对记者表示：“该买的总是要买!和其它日子一样，春节只是给了自己一个花钱的理由而已。”

逐日冲淡年味。

当然，过年办年货，全家老少买新鞋新衣等传统消费需求仍然存在，且还在增长。以广州酒家集团为例，其年宵品市场投放量比去年增加了50%，仍是供不应求；传统年货一条街也是各商场、超市的保留“节目”。但是年货制作的社会化、商品化，包括吃年夜饭的酒店化，极大地冲淡了传统年味。或者说，这过年味“不地道”了。

虽然如此，“年”的“旧瓶”中更添进了许多“新酒”，别样的消费更是冲淡了传统的年味。譬如短信拜年使拜年这一大过年的重头戏大大简单化，仅广州移动除夕一天的短信发送量就达3500万条以上。拜年在许多年轻人眼中已经淡化为一种形式。

大量市民的出游计划使得广州传统年节市场上部分消费者缺席，不少人已不再坚持“风雪夜归，一家团圆”。广州市假日办的调查显示，在1960位被访者中，春节黄金周期间有意出外旅游的比重为57.3%，比去年同期上升了9个百分点。根据测算，出游者人均花费552.9元，预计全市居民旅游总花费21.6亿元。同时，随着私家车拥有量的增多以及节前掀起的一股购车热潮，今年春节不少市民自己开车回家过年，而选择自驾车游的人也明显增多，自驾游已成为一种过年时尚。

春节而拉动的像家电、家具、楼房、靓车、旅游等部分消费动辄数万甚至数十万，因此传统型消费虽然也有所增长，但相比之下，其“光芒”就变得十分微弱了。

[]

春节消费市场调查报告篇三

春节时最具有中国特色的传统节日，千百年来根深蒂固的凝结在每个中国人得情节中。即使是洋节如此泛滥的今天却也没有哪个节日可以取代春节在每个华人心中的无上地位，没有哪一个节日有如此的魅力，可以像春节这样隆重，这样深入人心。即使远渡重洋的游子也会在春节这天通过各种途径向家人和祖国送去心中最美好的祝福。

春节就是辞旧迎新的日子，也就是中华民族最重要的传统节日。在春节期间，中国的汉族和很多少数民族都必须举办各种活动当众欢庆。这些活动均以祭拜神佛、悼念祖先、除旧布新、迎禧接福、保佑丰年为主要内容。随着世界的变化，春节也悄然出现了变化，曾经在我们身边习以为常的。春节习俗，也因为时代的制约同我们渐渐打响了距离。但无可否认，这些今天认为有些相左常理的民俗，都就是我们的文化。我国春节，通常从祭灶拉开序幕的。民谣中二十三，糖瓜粘所指的即是每年腊月二十三或二十四日的祭灶，存有所谓官三民四船家五的观点，也就是官府在腊月二十三日，通常民家在二十四日，水上人家则为二十五日举办祭灶。祭灶，就是一项在我国民间影响非常大、流传甚广的习俗。旧时，差不多家家灶间都建有灶王爷神位。人们表示这尊神为司命菩萨或灶君司命，传说他就是玉皇大帝封的九天东厨司命灶王府君，负责管理各家的灶火，被做为一家子的保护神而受崇拜。灶王龕大都设于灶房的北面或东面，中间可供上灶王爷的神像。没灶王龕的人家，也存有将神像轻易张贴在墙上的。有的神像只图画灶王爷一人，有的则存有男女两人，女神被称作灶王奶奶。这大概就是恶搞人间夫妇的形象。灶王爷像是

上大都还印上这一年的日历，上奏东厨司命主人间监察神一家之主等文字，以说明灶神的地位。两旁张贴上上天言好事，下界保平安的对联，以祈求全家老小的奈良。

举行过灶祭后，便正式地开始做迎接过年的准备。每年从农历腊月二十三日起到除夕止，我国民间把这段时间叫做迎春日，也叫扫尘日。扫尘就是年终大扫除，北方称扫房，南方叫掸尘。在春节前扫尘，是我国人民素有的传统习惯。按民间的说法：因尘与陈谐音，新春扫尘有除陈布新的涵义，其用意是要把一切穷运晦气统统扫出门。这一习俗寄托着人们破旧立新的愿望和辞旧迎新的祈求。每逢春节来临，家家户户都要打扫环境，清洗各种器具，拆洗被褥窗帘，洒扫六间庭院，掸拂尘垢蛛网，疏浚明渠暗沟。大江南北，到处洋溢着欢欢喜喜搞卫生、干干净净迎新春的气氛。

除夕就是指每年农历腊月的最后一天的晚上，它与春节(正月初一)首尾相连。除夕中的除字就是回去；极易；交错的意思，除夕的意思就是月愁岁天下，人们都必须除旧部崭新，存有旧岁至此而除，去年科刺皮新岁的意思，就是农历全年最后的一个晚上。故此期间的活动都紧紧围绕着除旧部崭新，消灾祈福为中心。这一天必须贴门神、贴春联、贴福字、张贴年画、守岁年、过节、放爆竹给压岁钱。过年都存有贴门神春联的风俗。最初的门神就是镌刻桃木为人形摆在门旁，后来就是图画变成门神人像是张贴于门。春联原题写在桃木板上，后来重写在大红纸上，存有吉祥驱邪的意思，但开缺必须用白绿黄三色。贴福字、贴窗花、张贴年画都具备祈福、装点居所的民俗功能，就是我国的一种古老的民间艺术。在除夕存有守岁的习惯，从喝年夜饭已经开始，这一顿饭必须慢慢地喝，一直喝至深夜，而饺子则就是饭桌上必不可少的，民间存有美味不过饺子的俗语，在三十晚上12点以前纸盒不好，至半夜子时喝。当新年钟声奏响时，整个中华小地上爆竹声震响天宇。

春节消费市场调查报告篇四

从各方面统计和估算的数字分析，广东人过春节花钱越来越大方。在广州一大学做教师的`小彭称，因为供了一套房，加上孩子上学，所以一家人春节花费还是比较节省，但即便如此，置办年货加上亲戚、朋友、同学人情走动，还是花去7000元。在白领阶层中，小彭的钱花得还不算多。今年天冷，又为逛商场多吃多穿多花费再添一把火，几乎所有的消费场所全面火爆，春节前后成为名副其实的黄金消费时段。

广州市的天贸南大、广百集团等百货公司，今年春节期间投放市场的商品总值比去年同期增长20%以上，而销售增幅也同样超过20%。其中，广百初一至初七销售额达3365万元，增幅达45.5%，这说明虽然供应量大了，但需求量也在增大。而友谊百货1月前28天的销售额比去年同期增长10%，王府井这28天的销售额已达到去年一二月的销售总和，相当于去年全年销售额的1/3。省经贸委市场流通处罗房枢说，今年春节来得早，从元旦开始市场已开始启动。在前后持续约一个月的春节消费月里，全省社会商品零售总额比去年全年月平均零售总额上涨约30%，达到600亿元。分摊到全省近8000万常驻人口粗略估算，意味着平均每人花费近800元。这还是一个较保守的测算数字。

横看竖看春节地位有变消费虽然依然火爆，但年味似乎并不是用金钱能买得到的。

说到年味，人们的眼前常常会浮现这样经典的传统图景：风雪夜归，阖家团圆，围炉夜，守岁至明，开门三声爆仗。新年游，看花市，百戏竞阵，货郎蚁集。然而年复一年，这样的简单图景反而离我们越来越远。

中国市场学会理事、暨南大学商学系主任杨建华认为，花钱更多，但品味年味更难的原因很多：

其一，将春节的过去与现在纵向相比，过去过年是人们一年消费的集中体现，虽然现在仍是这样，但随着人们收入水平的提高，过年消费远没有过去那么高度集中。如果划曲线图，过去的曲线更陡峭，现在则平缓得多。

其二，将春节放在全年中横向来看，过去的文化较为传统单一，春节地位高企，现在东方西方文化交流，古代现代文化荟集，一年大小节日隔三差五就有一个，冲击了春节的传统地位，使得春节在人们的心目中已不再那么神圣化。特别是年轻消费者，传统观念更是淡薄。

一位消费者对记者表示：“该买的总是要买！和其它日子一样，春节只是给了自己一个花钱的理由而已。”

大人小孩不用等到新年就能换上新衣裳，餐桌天天都能摆上以前过年才能吃到的美食，小时候盼望能打牙祭的“年”也就极大地失去了它的意味，没有人再炫耀自己的新衣新鞋，因此人们越来越体会不到“年”有什么特别。别样消费冲淡年味剪窗花、放鞭炮、拜祖宗天地等许多传统过年习俗，现在已经变成一种文化符号和标签。在新兴消费观念的支撑下，日益兴起的别样消费正在逐日冲淡年味。

当然，过年办年货，全家老少买新鞋新衣等传统消费需求仍然存在，且还在增长。以广州酒家集团为例，其年宵品市场投放量比去年增加了50%，仍是供不应求；传统年货一条街也是各商场、超市的保留“节目”。但是年货制作的社会化、商品化，包括吃年夜饭的酒店化，极大地冲淡了传统年味。或者说，这过年味“不地道”了。

虽然如此，“年”的“旧瓶”中更添进了许多“新酒”，别样的消费更是冲淡了传统的年味。譬如短信拜年使拜年这一大过年的重头戏大大简单化，仅广州移动除夕一天的短信发送量就达3500万条以上。拜年在许多年轻人眼中已经淡化为一种形式。

大量市民的出游计划使得广州传统年节市场上部分消费者缺席，不少人已不再坚持“风雪夜归，一家团圆”。广州市假日办的调查显示，在1960位被访者中，春节黄金周期间有意出外旅游的比重为57.3%，比去年同期上升了9个百分点。根据测算，出游者人均花费552.9元，预计全市居民旅游总花费21.6亿元。同时，随着私家车拥有量的增多以及节前掀起的一股购车热潮，今年春节不少市民自己开车回家过年，而选择自驾车游的人也明显增多，自驾游已成为一种过年时尚。

传统的“年味”还转移到了车市、楼市。除夕日，在汽车市场仍可以见到不少！

春节消费市场调查报告篇五

今年的春节七天乐是否依然是人之所至，蓬荜生辉？不同年龄段的消费方式又有哪些不同呢？我见过许多农民工朋友，他们常常说：“这一年的辛劳赚来的钱，就是为了能够好好过一个大年。”所以也就是说，这是一年中花钱最多的一次节庆，堪称中国最“贵”的一个节日。这个寒假，我利用了三天的时间对泉州市区的市民做了一个随机调查，以了解人们的春节消费观。

消费对象在哪里？

在调查中，大人们的消费投向可谓五花八门，各种方式都在选择之列。不过，送礼以微弱优势拔得头筹。其次是餐饮，再次是添置新装，接下来还有文娱活动、压岁钱、购置日用品、旅游等。

接下来我们就看看春节期间的消费热点。

人情消费为新贵

亲戚朋友互相拜年，自然少不了送礼。在消费需求逐年攀高的当下，在社会关系愈加错综复杂的当下，送礼已经成了过年支出的很大一部分，在我的调查中甚至成了多数人春节开销中的领头羊。据我对圣湖小区一些居民的随机调查，过年的人情消费最多超过五千元，最少的也有近千元，这其中包括给亲朋好友的礼品、礼金、礼券，给晚辈们的压岁钱等。一位小区住户苏先生说，过年是一年一度的，亲戚朋友之间的拜年是不能忽略的，总不能空着手去，现在的人品位是越来越高了，送低档的东西也越来越显得寒酸，拿不出手，光给每个孩子的压岁钱就至少要两百块。春节期间光送礼的开销就有三千来块了。

春节消费市场调查报告篇六

20xx年春节将至，在这个传统而又重大的节日里，喜爱热闹、喜庆的家乡人民会选取怎样的方式“过大年”呢？他们的年夜饭会在哪里吃？哪些消费领域最能吸引人们的眼球？今年的“黄金周”是否依然金光灿烂？孩子们的消费方式又有哪些不一样呢？有人说：“这一年的辛劳赚来的钱，正是为了欢渡春节。”因此也就是说，这是一年中花钱最多的一次节庆。于是，趁势我就春节消费状况进行了一次调查。

在调查中，大人们的消费投向可谓五花八门，各种方式都在选取之列。但是，购置衣服以微弱票数胜出。其次是餐饮，再次是送礼，接下来还有文化娱乐、压岁钱、购置日用品、旅游等。

春节期间购物往往是一些女士在节日期间的首选。在一家公司上班表姐告诉我，她们这些职业女性正因工作关联平常难得凑在一块，刚好利用休假时光快快乐乐地逛街购物。据了解，有表姐这样想法的大有人在。一些职业女性和家庭妇女平常都是没有充足的时刻逛街购物，春节的休假正好能够弥补。一位平常只在家围着老公、孩子干家务的阿姨说，“往常在家里就是围着灶台、洗衣机转，根本没有自己的时刻。

此刻他们都休假了，我也要放松放松，买几件称心的衣服好好地打扮打扮自己。”另外，给爱人、孩子添置新衣，也是春节女士们不可缺少的“工作”之一。

对很多人来说，春节活动基本上围绕吃进行。家乡人春节期间在食品方面到底要花多少钱呢？世纪联华的一位收银员告诉我，大概在节前20多天，超市就进入销售高峰，顾客一次购物花费大多在200元至600元之间，有不少还上了千元，卖出去的东西绝大部分是食品。“有一次，一个五口之家买了1000多元的食品，装了好几辆手推车，他们的孩子还吵着说不够呢。”收银员笑着说。

在购买食品方面，我了解到，有以下几种食品几乎成为了家家必备的。有各类小食品、糖果、瓜子、饮料、葡萄酒。但是除了葡萄酒所占花销较大，约到达六七十元外，其余各项基本在三四十元左右。

餐饮消费也是家乡人民春节的一大消费支出之一。对大多数人来说，春节期间走亲串友是常情，既然是走亲访友那就免不了吃吃喝喝，我从家附近的一些酒楼了解到，今年春节从三十到正月初五的酒席早20天前甚至更早就被预定一空。一家酒店的大堂经理告诉我，在他们这预定酒席的平均消费大多为六七百元，有些还超过千元。“民以食为天嘛，何况还是过节呢。”

在酒店消费的市民大多是图个方便，不愿亲自下厨，但也有不少人为追求家庭气氛，在家里设宴招待亲友的。家住红星小区的王先生说，“大过年的，亲朋好友聚在一齐不就是图个开心嘛，犯不着上酒店花那冤枉钱。”

亲戚朋友互相拜年，自然少不了送礼。如今，送礼已经成了过年支出的很大一部分，有的家庭甚至超过了吃的支出。我对运河小区的一些居民进行了随机调查，过年的人情消费最多超过5000元，最少的也有近千元，这其中包括给亲朋好友

的礼品、礼金，给孩子的压岁钱等。

一位吴先生说，一年只过一次年，亲戚朋友间总要是走动一下的，又不能空着手去，此刻的人品位高了，送低档的东西显得寒酸，给每个孩子的压岁钱就不能少于200元。粗粗算一下，春节期间送礼的钱就到达20xx多元。

其实，春节人情消费的增加只是一个缩影，不仅仅是春节，就是平时，人情类的消费也占了人们消费中的很大一部分，成为一项很主要的消费。

随着家乡城镇居民收入和消费水平的不断提高，人情消费也在不断上档升级，礼金数额水涨船高。人情类消费的增加也成很多人的沉重负担。一位去年春节期间人情类消费到达3000多元的李先生无奈地对我说：“人情费超过了小孩学费，应对众多的人情费，我真的有点捉襟见肘。”

从调查中能够看到，人们习惯将白酒作为馈赠亲朋好友的礼品，选取白酒送礼的家庭比率达69%，平均送礼金额中也是白酒最高到达143.94元。

近年来，春节游一向很火爆。我在市里的一些旅行社了解到，一些旅游线路基本排满。在春秋旅行社报表上，大年初一和初二的海南游已“满座”，而前来咨询的市民仍是络绎不绝。

“如果天气晴好的话，外出旅游的人还会多些呢。”一旅行社工作人员告诉我。对于很多人来说，春节是个团圆的日子，也是游玩的日子，一位熊先生说：“我挺喜爱旅游的，但不知道春节期间天气怎样，如果天气不是很坏，带着亲戚朋友一齐自驾游也是件快乐的事。”

调查显示，在旅游形式上，57%的人选取随团出游，43%的人选取自助旅游。在地点上，广东、厦门、深圳、云南等气候宜人的南方和气候相对寒冷的北方城市(如哈尔滨、长春等)

最受欢迎。在境外游方面，香港仍是许多人的首选。

相对于“五一”、“十一”、元旦等节假日，调查显示春节是最深人关注的节日。在被采访者中，83%的人认为，在所有节日中，春节是最重要的，也是务必要过的一个节日。53%的被采访者表示要在家度过春节，16%的被采访者表示要以旅游的方式度过春节，27%的被采访者表示要以走亲访友的方式度过春节，有4%的被采访者称，他们会以知识充电或健身的方式度过春节。

关于今年的年夜饭，62%的被采访者表示要在家里吃，38%的被采访者表示会选取近几年流行的方式，在酒店里享受店家推出的年夜大餐。在饭店里吃年夜饭，48%的消费者预计消费在1000元以下，21%的消费者预计消费在1000~20xx元，13%的消费者预计消费20xx~3000元，有8%的消费者称，他们的预计消费在3000~5000元，有10%的消费者打算在年夜饭这一项上花费5000元以上。

在我市一些三星级大酒店了解到，酒店推出的1666元、2888元的年夜饭在除夕之前约十天就被订购一空，且比去年预定量要多出10%。而“豪华级”的6666元、8888元年夜饭的预定量较比前几年有所下降。这说明了人们在生活水平提高，消费观念改变的同时，已经初步养成了节约的习惯，不再刻意追求“天价”带来的那份虚荣，而是选取过一个富裕而不浪费的春节。

春节是中国人的传统节日，而如今那浓浓的年味似乎越来越淡。在对待春节的态度上，有63%的人认为此刻春节年味太淡，缺少传统文化，期望能过一个传统型的春节，16%的人认为此刻的春节简单简单，比传统春节要好，据我了解，这么认为的大多数位年轻人，另有21%被采访者认为此刻的春节和“五一”“十一”长假没有什么两样。

我市今年举行的“运河之都”文化庙会，集民俗风貌、文化

演出、传统小吃、特色饰物于一体，成为百姓过年消费的一大去处，也是今年市民欢度春节的方式之一。在庙会上我了解到，百姓对这种过年的方式十分满意，认为这种在城市里少见的庙会不仅仅让人了解到本地的传统文化，还使这个春节变得年味浓浓，对于小孩子来说这也是一个让他们真正了解春节传统的渠道。在城市里举行庙会，不仅仅拉近了城乡间的距离，更为市民带来了消费好去处，也给更多的商家带来商机。

69%的被访者表示春节送礼会选取白酒，27%的被访者表示会选取一些保健品送亲友，极少数被访者表示会选取其他有好处或对方真正需要的礼品。由此能够看出，春节送礼还是停留在送传统礼品上，并没有深入实际的思考。

随着百姓生活水平的提高，孩子们的压岁钱也是越来越多。那么，这些交到孩子手里的钱，是怎样花的呢？我在家附近的第八中学对初中学生作了调查。调查发现，近八成中学生的压岁钱在800元左右，超过1000元的和低于500元的在少数，极少数的学生压岁钱在1500元左右。他们的压岁钱主要用于以下几个方面：用压岁钱上网，买游戏卡，为自己添置新衣服及饰物，买平时就喜爱的图书，购买高档文具，请同学一齐去吃肯德基、德克士等洋快餐。

调查中，很少有学生提出会把压岁钱捐给期望工程或贫困家庭，但经我提醒，有不少学生表示会思考这么做。由此能够看出，家长对学生平时的教育在这方面还是有所欠缺。

透过此次社会实践的调查，对于人们春节期间的消费状况有了比较细致的了解，从这些数字中我们能够看到人民的生活水平不断提高，已经到达了一个高度。这反应了社会主义制度的优越性，中国共产党领导的英明。同时，这次调查也折射出一些市民的缺点，这说明我们的社会是在进步的，但是作为市民我们也有职责需要提高自己自身的素质，同社会一齐进步。

春节消费市场调查报告篇七

刚刚过去的20xx年春节黄金周，全国旅游消费规模再创新高。国家旅游局发布的监测数据显示□20xx年春节黄金周全国共接待游客3.44亿人次，同比增长13.8%。那么，这个春节黄金周的旅游消费有哪些变化？居民旅游消费行为有哪些值得关注的规律？同程旅游发布的《20xx年春节黄金周旅游消费调查报告》（下称《报告》）回答了这些问题。

“长假长线游”，春节黄金周长线游占比64.7%《报告》数据显示□20xx年春节黄金周期间出游的受访者中，51.4%选择了国内长线游，35.3%选择了周边游，12.3%选择了出境游。总体上，长线游（国内长线游、出境游、邮轮旅游）占比64.7%，符合“长假长线游”的一般需求规律。

居民春节黄金周出游目的地选择方面，国内游呈现出明显的“南下避寒，北上玩雪”需求规律，哈尔滨等传统冰雪游胜地集中了半数以上的北上玩雪客流，而厦门、三亚、桂林、丽江、昆明、大理等地处华南、西南地区的目的地则是北方游客南下避寒的首选目的地。

春节出境游热门目的地和往年一样主要集中在周边的日本、韩国、泰国以及港澳台地区，合并占比50.5%，法、瑞、意、美、加等长线目的地占比23.8%，巴厘岛、长滩岛、马尔代夫等热门海岛占比11.8%。值得注意的是，极地旅游也占到了1.1%的比例，表明居民春节出境游的消费层次和品质在提升。同程邮轮春节期间的南极邮轮航次需求强劲，早在出发前一个月即被抢订一空。

春节黄金周期间居民周边游主题主要集中在乡村游、温泉、主题公园、逛庙会、滑雪等。随着城市化进程的加快，春节的一些传统习俗在城市逐渐淡化或消失，因此，到乡村追寻传统“年味儿”成为春节周边游的第一需求。《报告》调查数据显示，36.3%的周边游人群选择了乡村游。泡温泉则是春

节周边游的第二大需求热点。从地区分布来看，到滑雪场滑雪是华北、东北地区居民春节周边游的热门选择。

38%的人选择在家过完除夕和初一再出发在出游时间的安排上，除去错峰出游的动机外，多数人会考虑兼顾在家过年的传统和旅游需求。《报告》数据显示，有38%的受访者明确表示要在家过完除夕和初一后再出发，仅有15.5%的受访者选择了在出游目的地过年，另有37.4%的受访者选择了节后错峰出游，选择节前错峰出游的占比9.1%。总体而言，有84.5%的春节出游者兼顾了在家过年和外出旅游(含自愿和非自愿选择)，在出游目的地过年的比例相对较低。

春节作为一个阖家团圆的节日，即便是外出旅游也要全家人一起行动。《报告》针对不同年龄层出游者的调查数据显示，40岁以下的出游者大多选择了和配偶子女一起出游的家庭组合，占比达29.9%，选择一家三代人同游的比例为19.4%。相比之下，50岁以上的中老年人群大多选择了和老伴儿一起出游，占比高达57.9%，选择全家一起出游的占比23.8%。综合来看，全家一起出游是较为主流的春节出游选择。

《报告》针对春节期间有旅游消费经历人群的调查显示，31.5%的人在交通、住宿、门票等旅游产品上的人均花费超过了5000元，与长线游占比较高有着密切联系。从调查数据来看，17.3%的春节出境游者在交通、住宿等旅游产品上的支出水平在5000元以上，邮轮旅游者的这一比例为13.4%。

《报告》数据显示，春节有出游经历的受访者中，89.2%的人有旅途购物消费经历，其中30.4%的人购物消费在2000元以内，24.9%的人购物花费在2001至4000元之间，购物消费在6000元以上者占比19.5%。

总体来看，出境游、邮轮旅游和国内长线游的居民的旅游购物消费水平要高于周边游，其中以出境游和邮轮旅游最高。

春节出游购物人们一般都会购买哪些商品？《报告》数据显示，目的地土特产和旅游纪念品是最受欢迎的商品，其次名牌服装等也非常受欢迎，而名表珠宝等贵重商品的购买比例相对不高。

春节消费市场调查报告篇八

了解中国春节有哪些习俗，这些习俗的由来，感受人们过春节时的喜悦心情和欢乐气氛。

XX

- 1、利用谈话的方式，询问长辈。
- 2、跟爸爸妈妈打理家务，亲自感受迎接新年的到来。

1、除尘

妈妈告诉我说：“‘腊月二十四，掸尘扫房子’，据《吕氏春秋》记载，我国在尧舜时代就有春节扫尘的风俗。按民间的说法：因“尘”与“陈”谐音，新春扫尘有“除陈不新”的涵义，其用意是要把一切穷运、晦气统统扫出门。除尘就是年终大扫除，家家户户都要清扫庭院，疏浚明渠暗沟，掸拂室内尘垢蛛网，清洗锅碗瓢盆各种器具，拆洗被褥窗帘等。年前打春时，各家再忙也得赶在打春前彻底整理一下室内外卫生，立春后就不可在打扫了，防止把新春的财气，新春的喜庆扫了出去。”

听妈妈这么一讲，我恍然大悟，原来这个习俗寄托着人们除旧迎新的美好愿望。

2、贴春联

腊月二十九这天，吃过早饭，我就和妈妈忙着贴春联和福字。

“妈妈，‘福’字为什么要倒着贴呢？”

“傻孩子，这是因为‘福’到来了。”

“妈妈，你给我讲讲贴春联的来历吧！”

原来春联也叫门对，春贴，对联，对子，桃符等，它用工整、对偶、简洁、精巧的文字描绘时代背景，抒发美好愿望，是我国特有的文学形式。每逢春节，无论城市还是乡村，家家户户都要精选一幅大红春联贴于门上，为节日增加喜庆的气氛。王安石“千门万户曈曈日，总把新桃换旧符”的诗句，说的就是这件事。每年春节，家家户户在门上贴上大红豆春联，更增添了喜庆气氛。

在民间人们还喜欢在窗户上贴上各种剪纸—窗花。窗花不仅烘托了喜庆的节日气氛，也集装饰性、欣赏性和实用性于一体。在贴春联的同时，一些人家要在屋门上、墙壁上、门楣上贴上大大小小的“福”字。春节贴“福”字，是我国民间由来已久的风俗。“福”字，指福气、福运，寄托了人们对幸福生活的向往，对美好未来的祝愿。

3、守岁

大年三十的晚上，我们一家聚在一起守岁，共同期待着新的一年到来。

爸爸说：“我国民间在除夕有守岁的习惯，我国至少在南北朝时已经有吃年夜饭的习俗。在这一夜连双岁，五更分二年。的晚上，家人团聚，欢聚一堂。全家人围坐在一起，茶点瓜果放满一桌，守岁从吃年夜饭开始，这顿年夜饭要慢慢吃，从掌灯时分入席，有的家人一直要吃到深夜。除夕之夜，一家老小，边吃边乐，谈笑畅叙。”

在这个激动的时刻，我们边看春晚，边吃东西，谈笑风生。

4、放爆竹

第二天一大早，哥哥就去点响了爆竹，“啪”“啪”……声音真响，我赶紧捂住了耳朵。

中国民间有“开门爆竹”一说。即在新的一年到来之际，家家户户开门的第一件事就是燃放爆竹，以哔哔巴巴的爆竹声除旧迎新。

相传此举是为了驱逐“山魃”。山魃据说是古时深山里的一种凶恶的独角鬼怪，但是它最怕声响，人们就用烧竹子的爆破声来吓跑它。有了火药后，人们就用火药装入竹筒，做成爆竹，后用纸质筒，也称爆仗或炮仗。到现代，人们已不相信什么“山魃”了，但还是习惯在春节放鞭炮，借以欢庆节日，振奋精神。所以，从大年三十晚上到大年初一清早，鞭炮声总是连绵不断。

5、拜年

新年的初一，人们穿着新衣，出门去走亲访友，相互拜年，恭祝兔年大吉大利。拜年的方式多种多样，有的是同族长带领若干人挨家挨户地拜年；有的是同事相邀互祝贺，称为“团拜。”

拜年时，晚辈要先给长辈拜年拱手作揖，祝长辈长寿安康，长辈可将事先准备好的压岁钱分给晚辈，据说压岁钱可以压住邪祟，因为“岁”与“祟”谐音，晚辈得到压岁钱就可以平平安安地度过一岁。

我们的春节习俗丰富多彩，当然不止这么几种，但唯有一个是不会变的，它承载了人们对幸福生活的向往和追求。

春节消费市场调查报告篇九

了解中国春节有哪些习俗，这些习俗的由来，感受人们过春节时的喜悦心情和欢乐气氛。

XXX

- 1、利用谈话的方式，询问长辈。
- 2、跟爸爸妈妈打理家务，亲自感受迎接新年的到来。

1、除尘

妈妈告诉我说：“‘腊月二十四，掸尘扫房子’，据《吕氏春秋》记载，我国在尧舜时代就有春节扫尘的风俗。按民间的说法：因“尘”与“陈”谐音，新春扫尘有“除陈不新”的涵义，其用意是要把一切穷运、晦气统统扫出门。

除尘就是年终大扫除，家家户户都要清扫庭院，疏浚明渠暗沟，掸拂室内尘垢蛛网，清洗锅碗瓢盆各种器具，拆洗被褥窗帘等。年前打春时，各家再忙也得赶在打春前彻底整理一下室内外卫生，立春后就不可在打扫了，防止把新春的财气，新春的喜庆扫了出去。”

听妈妈这么一讲，我恍然大悟，原来这个习俗寄托着人们除旧迎新的美好愿望。

2、贴春联

腊月二十九这天，吃过早饭，我就和妈妈忙着贴春联和福字。

“妈妈，‘福’字为什么要倒着贴呢？”

“傻孩子，这是因为‘福’到来了。”

“妈妈，你给我讲讲贴春联的来历吧！”

原来春联也叫门对，春贴，对联，对子，桃符等，它用工整、对偶、简洁、精巧的文字描绘时代背景，抒发美好愿望，是我国特有的文学形式。每逢春节，无论城市还是乡村，家家户户都要精选一幅大红春联贴于门上，为节日增加喜庆的气氛，总把新桃换旧符”的诗句，说的就是这件事。每年春节，家家户户在门上贴上大红豆春联，更增添了喜庆气氛。

在民间人们还喜欢在窗户上贴上各种剪纸—窗花。窗花不仅烘托了喜庆的节日气氛，也集装饰性、欣赏性和实用性于一体。在贴春联的同时，一些人家要在屋门上、墙壁上、门楣上贴上大大小小的“福”字。春节贴“福”字，是我国民间由来已久的风俗。“福”字，指福气、福运，寄托了人们对幸福生活的向往，对美好未来的祝愿。

3、守岁

大年三十的晚上，我们一家聚在一起守岁，共同期待着新的一年到来。

爸爸说：“我国民间在除夕有守岁的习惯，我国至少在南北朝时已经有吃年夜饭的习俗。在这一夜连双岁，五更分二年。的晚上，家人团聚，欢聚一堂。全家人围坐在一起，茶点瓜果放满一桌，守岁从吃年夜饭开始，这顿年夜饭要慢慢吃，从掌灯时分入席，有的家人一直要吃到深夜。除夕之夜，一家老小，边吃边乐，谈笑畅叙。”

在这个激动的时刻，我们边看春晚，边吃东西，谈笑风生。

4、放爆竹

第二天一大早，哥哥就去点响了爆竹，“啪”“啪”……声音真响，我赶紧捂住了耳朵。

中国民间有“开门爆竹”一说。即在新的一年到来之际，家家户户开门的第一件事就是燃放爆竹，以哔哔巴巴的爆竹声除旧迎新。

相传此举是为了驱逐“山魃”。山魃据说是古时深山里的一种凶恶的独角鬼怪，但是它最怕声响，人们就用烧竹子的爆破声来吓跑它。有了火药后，人们就用火药装入竹筒，做成爆竹，后用纸质筒，也称爆仗或炮仗。到现代，人们已不相信什么“山魃”了，但还是习惯在春节放鞭炮，借以欢庆节日，振奋精神。所以，从大年三十晚上到大年初一清早，鞭炮声总是连绵不断。

5、拜年

新年的初一，人们穿着新衣，出门去走亲访友，相互拜年，恭祝兔年大吉大利。拜年的方式多种多样，有的是同族长带领若干人挨家挨户地拜年；有的是同事相邀互祝贺，称为“团拜。”

拜年时，晚辈要先给长辈拜年拱手作揖，祝长辈长寿安康，长辈可将事先准备好的压岁钱分给晚辈，据说压岁钱可以压住邪祟，因为“岁”与“祟”谐音，晚辈得到压岁钱就可以平平安安地度过一岁。

我们的春节习俗丰富多彩，当然不止这么几种，但唯有一个是不变的，它承载了人们对幸福生活的向往和追求。

春节消费市场调查报告篇十

28日是节后上班第一天，这个春节假期国内消费市场可以用火热来形容。国家税务总局最新增值税发票数据显示，今年春节假期，全国消费相关行业销售收入与上年春节假期相比增长12.2%。

其中，商品消费和服务消费同比分别增长10%和13.5%，生活必需品、家居升级类商品、旅游服务等消费增长较快。春节假期，部分外来务工人员返乡过节，受此带动，安徽、江西、河南、广西等劳动力输出大的省份销售收入同比分别增长10.3%、22.3%、16.1%和23.9%。

生活必需品消费稳定增长

今年春节假期，无论是餐饮、旅游，还是文化娱乐，市场需求不断释放。国家税务总局数据显示，这个春节，衣食住行各领域消费都很旺。

根据国家税务总局增值税发票数据，春节假期，粮油食品等基本生活类商品销售收入同比增长31.5%，其中，果品蔬菜、肉禽蛋奶同比分别增长39%、28.6%。酒水饮料等商品需求旺盛，酒、饮料及茶叶销售收入同比增长18.7%。生活必需品销售在恢复，餐饮市场也呈现出热闹的场景。

根据网络预订平台数据显示，春节假期前6天，全国多人堂食套餐订单量同比增长53%。其中，上海堂食消费最旺，订单量同比增长超200%。

旅游及住宿服务恢复加快

今年春节，不少人都选择外出游玩，这让旅游和住宿服务业加快恢复。

在山东济南，春节假期前六天，济南市纳入监测的28家景区共接待游客240万人次，同比增长64%。为了吸引游客，天下第一泉景区、百脉泉景区等12家国有a级景区实行首道门票免费。

天下第一泉景区新闻发言人聂晶：我们每天有5.8万张门票线上免费预约，从我们实际运营情况来看，整个预约的情况是

十分火爆的，一般是提前几天就预约一空了。

在河南洛阳的龙门景区，大年初一游客接待量超过3万人次，大年初二半天时间入园游客就达到了2万人次。

洛阳龙门石窟讲解员张鹏：春节假期，龙门石窟景区的游客量猛增，而景区的一线讲解员每天的讲解次数已经达到了个人五场到六场，这已经达到了之前高峰期的水平。

国家税务总局增值税发票数据显示，春节假期，旅行社及相关服务业销售收入同比增长1.3倍。旅游饭店、经济型连锁酒店销售收入同比分别增长16.4%、30.6%，民宿服务提供个性化服务受到游客欢迎，销售收入同比增长74.2%。

网络平台数据则显示，春节期间，大理、丽江、厦门、三亚、北海成民宿预订最热城市。

电影市场人气逐渐回归

根据国家税务总局数据，春节期间，服务消费同比增长13.5%。在服务消费中，电影消费可以说是非常突出。今年电影“春节档”，七部大片集中上映，截至27日24时，2023年“春节档”电影总票房超67亿元人民币。

今年春节，我国电影市场消费是可圈可点。数据显示，除夕到初六，有1亿多人走进了电影院。在江苏，总票房和观影总人次在国内居于前列，不少影院春节期间观影人数明显增长，热门电影黄金时段的上座率超过80%，下午个别场次上座率达100%。

南通某影院副总经理宋峰：全部满负荷地在运作，一天排大概近50场电影，我们都是三四千人的上座情况。

在北京，春节档前六天票房超过2亿元，同比增加4.93%，放

映电影5.6万场，观影人次超过300万，同比增加10.84%。

为了繁荣春节期间电影市场，各地纷纷发放消费券，拉动观影热情。北京推出“新春观影惠民活动”，1000万元观影补贴覆盖全市影院直接普惠市民；贵州则发放了第14批13000多张观影消费券；天津第二期“津乐购”消费券中，有100万元专门用于发放电影演出类消费券，有效促进电影和演出市场消费。

春节消费市场调查报告篇十一

1、熟悉调查的过程，掌握学习的方法，了解独有的中国传统文化（最具文化内涵、传统魅力和凝聚力的春节），有利于提高自身文化素养和爱国主义精神。

2、将成果广而告之，以此强调中华民族传统文化的悠久，并做好宣传，动员全民弘扬民族文化。

主要采用上网调查、个别采访。

中国传统的春节给了人们一份浓得难以化开的情，一种经年酿造的淳厚的味。这就是生养我们的“文化之根”。传统的春节，融入一种文化的意境、文化的象征，并担负起一种文化的功能：

一、辞旧迎新，打上一个人生的结，分开过去和未来；

二、祭祀，缅怀祖宗之德，承继先人之志，融通天地万物，祈盼人生幸福；

三、宗亲礼仪往来，安排人生秩序，联络世代亲情，找到个人定位，担负社会责任；

四、民间娱乐，扩大社会交往，播撒传统文化，渲泄感情之

波，体味生活之乐。

春节成为中国传统文化的载体，代代相传，蕴藏厚重的含金矿藏。宋代王安石曾作《元日》诗云：“爆竹声中一岁除，春风送暖入屠苏。千门万户曈曈日，总把新桃换旧符。”

传统文化的积淀是历千年而不变的，春节固定的风俗习惯，有许多还相传至今。

腊月开始办年货：据中国传统，踏入腊月，已适宜办年货，除了买腊味、糖果外，生果亦少不了，其中苹果大吉代表平安大吉，橘子代表团圆。

年廿四谢灶：在灶头放齐供品后，便焚香敬拜，心中祈求来年衣食丰足及身体健康，之后烧衣及撒酒，最好将一些汤丸放在灶上，或将麦芽糖涂放在灶君碑的金漆字上，效果会更佳。年廿八洗邋遢：年廿八是清理家居的好时机，中国传统来说，这天一家人都要大扫除，祈求将往年的霉气及不如意通通扫走，而自身亦要洁净，据说这样做便可以消灾去病。

年三十晚要送年：年三十晚是一年的最后一日，这天具有感恩和团圆的意义。晚上，一家人聚首一堂吃团圆饭，都有鸡、有鱼、有菜，吃得丰富是年夜饭的特色。吃菜时，要由头吃到尾，代表长长久久，吃鱼则要故意吃剩一些，代表年年有余。吃过年夜饭之后，长辈发压岁钱，根据古时的民间习俗，用红线穿好的一百个铜钱，具有长命百岁的意思，而现在就用货币代替（钱一定是偶数，以求大吉大利）。除夕夜人们大多守岁到天亮，为的是祈求双亲长寿。到子夜十二点正，开始放爆竹，庆祝新年来临。

正月初一宜祭祖：年初一祭祖是很重要的习俗。在祖先神位上放一些糖冬瓜、花生糖及生果等，跟着一家人烧香诚心祭拜及烧衣。祭祖完后，晚辈向长辈互相拜年，拱手互相恭贺。此外，年初一不可扫地或倒垃圾，相传这样会送走财气，一

些不吉利的话亦不能说，否则这年会不好运，亦尽量不要打碎碗碟或盆具，如真的不小心打碎了，就说例如「碎碎（岁岁）平安」或「落地开花，富贵荣华」等好兆头的话。

年初二妇女返娘家拜年：年初二是出嫁女而回娘家的时候，相传年初一回娘家，会令娘家变穷，所以要年初二才返回。此外，返娘家拜年亦不能空手，必须准备一些贺礼，如糖果或生果等。

年初三赤口：各人留在家中，不出外团拜，恐防招口舌是非。

年初四接财神：话说年廿四送神返天庭，年初四则是诸神由天界重返人间之时。送神要一大清早就开始，而接神则在初四下午才接。供品方面，三牲、水果、酒菜要齐备，并要焚香点烛烧金衣，以欢迎诸神重临人间。

年初五开市日：年初五可将供奉神位的供品收起。做生意的人可以拜神开铺，发红包，以求大家工作顺利，而一些过年的禁忌都可以解封，过回平时的日子。

另外还有，扫尘：“除陈布新”把一切穷运、晦气统统扫出门。寄托着人们破旧立新的愿望和辞旧迎新的祈求。

贴春联：将春联贴在门口，贴够八张，代表由头「发」到尾。

贴窗花：在窗户上贴上各种剪纸——窗花。烘托喜庆的节日气氛，也集装饰性、欣赏性和实用性于一体。

挂年画：寄托人们喜庆祈年的美好愿望。春天来临，万象更新，新一轮播种和收获季节又要开始。人们有足够的理由载歌载舞来迎接这个节日。念一遍寄托新一年美好愿望的句子，这时“福倒了”，真的“福到了”！希望在城市生活久了的人们在加快的生活节奏中还能记得这宝贵的传统文化，并将它传承下去。