# 最新春节消费调查报告(精选14篇)

来源：网络 作者：雨后彩虹 更新时间：2024-04-28

*在现在社会，报告的用途越来越大，要注意报告在写作时具有一定的格式。怎样写报告才更能起到其作用呢？报告应该怎么制定呢？下面我给大家整理了一些优秀的报告范文，希望能够帮助到大家，我们一起来看一看吧。春节消费调查报告篇一春节期间购物往往是一些女士...*

在现在社会，报告的用途越来越大，要注意报告在写作时具有一定的格式。怎样写报告才更能起到其作用呢？报告应该怎么制定呢？下面我给大家整理了一些优秀的报告范文，希望能够帮助到大家，我们一起来看一看吧。

**春节消费调查报告篇一**

春节期间购物往往是一些女士在节日期间的首选。一位在电信部门工作的堂姐告诉我，她们这些职业女性因为工作关系平常都像热锅上的蚂蚁一样团团转，基本很少能有机会搞什么集体活动，而在春节假期期间她们刚好可以利用休假时光快快乐乐地逛街购物。据了解，有堂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间逛街购物，春节的休假正好是补偿自己平日乏味繁忙生活的一个机会。我采访了一位平日几乎不曾踏出家门的邻家大婶，她对于春节的来临喜形于色，说，“往常在家里就是跟着脏衣服和脏碗筷转，老公儿子在家时又围着他们转转，都没有自己的时间。现在他们都休假了，我也要放松放松，买几件称心的衣服好好地打扮一番。”此外，给爱人、孩子添置新衣，也是春节女士们不可缺少的“工作”乃至一种乐趣。

**春节消费调查报告篇二**

经过一定范围的调查，得出此报告（范围有限，不能全然说明一切）。

普遍的人购置衣服都是在春节前的一个月内，因为那时商场都抓住了机会，纷纷出台了一些优惠政策，这样便吸引了广大的购物爱好者（尤其是未工作的母亲及已经放假的中学生和少数的青年）。其实这样的购物热，并不是眼见的那样实惠，细细调查发现，那些所谓的打折的优惠，都是商家的一种获利手段，这些打折品的价格都是经过提升后，再处理的，经过对比有部分物品打折后比其它时候更昂贵。

另外就是近年的十天左右，人们都开始精心备办年货，有的人需求较大，而价格也在不知不觉中有所上涨，只是幅度不大。许多人购置的主要是烟火（城市居民，以及家里子女较多，也比较有钱的农村居民），糖果及一些干货。这些都是人们年三十所需品。

另一现象是，这段时间内，已放假学生是绝大数的光顾者。因为这时，很多的家长都还在工作，没有更多的时间去管理自己的子女，所以他们才可以放心大胆的上网。

大年三十，不管是乡下的农人，还是在外工作的，或是城市的市民，都会在这一天去购置主食，主要是鸡鸭鱼，有钱的就再购置更贵重的肉食。另外就是些新鲜菜食，主要是炒肉的配菜及煲汤的原料，而猪肉主要集中在城市的居民去购买，住在农村的人们也会购买一定的肉，尽管他们杀了猪（其原因是他们已经把肉用盐腌制过的，口感已经不佳）。这天购衣物的人仍是不少，因为都有一个观念，新年穿新衣，但是此观念也在一年年的淡化。

年后的节日中，人们的主要消费是集中在了餐饮上，绝大多数的城市居民会和自己的朋友，亲戚一同到街上享用美食，此时生意兴隆的餐饮店主要是集中在商业购物区，以及平时比较有名的餐饮店。但是有一个现象是现在人们暴露出来的，那就是人们对食物的健康关注程度还不高，而是对随大流及追求美味就足够了。

年后的生活再提到网吧行业，这时可以发现，这些网虫已不是学生为主，几乎都是那些工作不久的青年，他们这时主要也是玩游戏为主。这也许是为了减轻一年工作下来的压力和缓冲疲惫。

再看年前红火的服装店，白天还有些顾客外，晚上就是暗淡了。

这时仍不褪色的商业，也许就应该算大型商场，诸如超市（人们要买礼品送亲友）。

我的建议：如果有愿意从小事业开始创业的同志，可以从餐饮开始，我觉得这个餐饮要给出合理的价格让顾客接受，但是自身的利益也要可观，再者要有好的地段优势。

**春节消费调查报告篇三**

关于今年的年夜饭，70%的被采访者表示要在家里吃，30%的被采访者表示会选择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，22%的消费者预计消费在1000~20xx元，12%的消费者预计消费在20xx~3000元，有10%的消费者称，他们的预计消费在3000~5000元，有8%的消费者打算花费5000元以上。这说明了人民生活水平在提高，消费观念改变的同时，已经逐步养成了节约的习惯，不再刻意追求\"天价\"带来的那份虚荣，而是选择过一个富裕而不浪费的春节。

**春节消费调查报告篇四**

猪年春节已经结束。

在新年悠悠的余韵中，人们摸摸荷包发现瘪了不少。仔细一回味，不少人都有一个共同的感觉：现在过年花钱更多了，可这年味却似乎不可挽回地变淡了。

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。

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。

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人在看车买车。他们是怀着节日购车会有优惠的心理来到这里的，而商家也想尽量回笼资金过年。而广州春节的楼市从早年的“7天不卖楼”到“初三、初四启市”，到去年的“春节照常卖楼做展”，虽然一年一变，但基本上都是销售之前的尾货。今年春节楼市再有新突破，众多楼盘都将一批保留单位或者新货在春节期间拿出来入市。不少广州市民乘春节相互拜年时候顺便来看看楼盘，体验小区的良好居住环境，即使拜年期间不成交，节后也可能付诸行动。

因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。

就在猪年春节前夕，国家统计局公布了20xx年国内生产总值（gdp）初步核算数据：我国gdp总量相当于1．4万多亿美元，人均1090美元。这是我国人均gdp首次突破1000美元。国家统计局局长李德水表示，这标志着我国经济进入一个新的发展阶段，社会消费结构将向着发展型、享受型升级，汽车、电脑、高档电器加速进入家庭，人们对于住房条件改善的需求也将不断增长。

而广东早已跨越了人均生产总值1000美元的阶段。记者从省统计局获悉，20xx年广东人均生产总值已达16690元，约为全国人均数的2倍，按可比口径比上年增长了12．4％。

放在这样一个全国和全省经济发展的大背景下看过年消费，就能够更好地观察和理解当下国人过年消费观念与消费方式的种种变化。暨南大学商学系主任杨建华认为，中国人均生产总值正处于一个量变集聚的过程中，一个消费稳健的庞大中产阶层队伍正在形成，未来过年还将向花钱更多、年味更淡、消费方式越加多样化、个性化的大方向演变。或者换一个更准确的说法：未来人们过年会花钱更多，体验更多“年味”的新概念、新感觉。越来越多的、各种各样的便利措施，让人们从传统的忙碌中解脱出来，转向新的忙碌，年味将越来越脱离“物化”而转向“情化”，从“肚子过年”到“脑袋过节”，由“节庆型”向“假期型”过渡。

面对这一大趋势，商家们怎么做？天贸南大市场策划部负责人罗志杰认为，对那些能够点到现代与传统结合之“穴”的商家而言，春节商机无限。比如今春红内衣就十分走俏，虽然内衣穿在里面，只能穿给自己看，但红色象征吉祥，消费者都希望讨个好意头。

杨建华则认为，春节消费的“龙头”地位仍然稳固，不可低估。因为对于美好生活的祈盼无论何时何地都需要相应的表达形式与表现手段。但商家不能孤注一掷，现在暴富的行业基本不存在，仅靠一两个节日、一两种产品或者是欺诈手段来致富是不太可能的了，商家应该全年都要长袖善舞，更要按照营销规律，结合文化认真研究消费心理，踏踏实实地做生意。

**春节消费调查报告篇五**

春节是我们中华民族传统而又重大的节日，贴春联，放鞭炮，给孩子压岁钱等成为了家家户户必不可少的习俗，每年一家人围在一起吃团圆饭也成了固定的传统。一向喜欢热热闹闹，红红火火的家乡人民会选择怎样的方式过大年呢?他们的年夜饭在哪儿吃?大人们的消费投向在哪里?孩子们的消费方式又有哪些不同?于是，围绕上述几个问题，我就小区的春节消费状况进行了一次调查：

关于今年的年夜饭，70%的被采访者表示要在家里吃，30%的被采访者表示会选择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，22%的消费者预计消费在1000~20xx元，12%的消费者预计消费在20xx~3000元，有10%的消费者称，他们的预计消费在3000~5000元，有8%的消费者打算花费5000元以上。这说明了人民生活水平在提高，消费观念改变的同时，已经逐步养成了节约的习惯，不再刻意追求“天价”带来的那份虚荣，而是选择过一个富裕而不浪费的春节。

在调查中，大人们的消费投向可谓五花八门。在这其中，送礼以微弱票数胜出，其次是餐饮，购置衣服，旅游，文化娱乐等。

亲戚朋友互相拜年，自然少不了送礼。调查发现，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。俗话说得好：“今朝有酒今朝醉”，71%的被采访者表示春节送礼会选择白酒，而白酒作为馈赠亲朋好友的礼品，平均送礼金额中也是白酒最高。23%的被采访者表示会选择一些保健品送给亲友，还有极少数的人表示会选择其它有意义或对方真正需要的礼品。一位丁先生说：“过年嘛，亲戚朋友之间难免要互相走动，现在大家的生活水平都高了，送礼也讲究档次，送低档的东西面子上说不过去。”其实，春节人情消费的增加只是一个缩影，不仅是春节，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为很多人的沉重负担，尤其是对于普通的工薪阶层。一位去年春节期间人情类消费达到4000多元的张先生就无奈地表示“这样下去实在吃不消”。

俗话说“民以食为天”，对很多人来说，春节活动基本上围绕吃进行。那么，居民们春节期间在食品方面到底要花多少钱呢?据我调查，大部分居民一次购物花费大多在200元至600元之间，有不少还上了千元。邻居林叔叔跟我说：“我家买了3000多元的食品，装了满满三辆手推车，我儿子还吵着说不够呢。”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：各类小食品、糖果、瓜子、饮料、葡萄酒。除了葡萄酒所占花销比较大，其余各项基本在三四十元左右。此外，餐饮消费也是一大消费支出之一。对多数人来说，春节期间走亲串友是常情，既是如此，就免不了要吃吃喝喝，我从家附近的一些酒店了解到，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。在酒店消费的居民大多是图个方便，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。小区的一位王女士说：“过年不就图个吃饱喝饱嘛，还是在家里吃比较实在。”

春节本就是个辞旧迎新的日子，因而大部分人选择春节期间购物添置新衣，对小孩子们来说，穿着新衣服、新鞋子在伙伴们面前炫耀别提有多得意了。一位刚刚放假的孙女士告诉我，她们这些职业女性平时因为工作忙，根本没时间购物逛街，而这正好提供了她们休闲放松的平台。而那些平时在家操持家务的家庭主妇此刻也终于得以休息，相约几位闺蜜一起为自己、爱人、孩子购买新衣服，一位整日围着老公孩子转的阿姨提到这儿时露出了幸福的笑容：“平时从早到晚都忙着做家务，哪有时间打扮自己，现在春节到了，自己也可以好好放松，休息一下了”。

相对于“十一”、元旦等节假日，春节是最受居民关注的一个节日。在被采访者中，85%的人认为，春节是一年当中最重要，最特别的日子，对他们来说，与一家人聚在一起吃团圆饭，看春节联欢晚会是他们最大的满足。54%的被采访者表示要在家度过春节，16%的被采访者表示会携带家人去外面旅游，27%的被采访者表示会在春节期间走亲访友，也有3%的被采访者表示会以知识充电或健身的方式度过春节。随着改革开放的进一步发展，国民经济的发展，人民生活水平的提高，在春节期间外出旅游业成为大部分人的选择。一位陆先生说：“每年春节带着家人出去旅游是一件非常惬意的事情。”调查显示，在旅游形式上，58%的人选择随团出游，42%的人选择自助旅游。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。

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65%的人认为现在春节年味太淡，缺少传统文化，希望能过一个传统型的春节，17%的人认为现在的春节简单轻松，比传统春节要好，另有18%的人认为现在的春节和“五一”“十一”长假没什么两样。为了丰富小区居民的生活，小区举办了一次写春联比赛，居民们无论男女老少都踊跃参加，这次活动不仅使这个春节变得年味浓浓，对于小孩子来说也让他们真正了解的春节的传统。

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?我对小区的一些孩子们做了调查。调查发现，近八成的孩子的压岁钱在800元左右，超过1000元的和低于500元的在少数，还有极少数的孩子压岁钱在1500元左右。他们的压岁钱主要用于以下几个方面：与朋友逛街购物，去公园玩或参观博物馆，买游戏卡，去网吧，买图书，购买文具用品，请同学吃饭等，当然，也有极少数选择存一部分钱。调查中，很少有人提出会把压岁钱捐给希望工程或贫困家庭。由此可看出，家长平时对孩子在这方面的教育还是有所欠缺。

通过本次社会实践调查，让我有了特别深刻的感触，一方面，随着我国综合国力的增强，经济水平的提高，人民生活条件的进步，无论是在消费档次还是消费水平上，春节消费状况一直呈不断进步趋势，这次活动不仅丰富了我的经验和生活，也增进了我与邻里乡亲的感情，其实与他们虽然同住在一个小区，所谓抬头不见低头见，但真正交流的机会很少，通常都只是匆匆而过，这次活动让我明白了沟通是打开彼此心门的一把钥匙。

另一方面，虽然在这假期我并没有在专业知识，专业技能上有所提升，但我却学会了很多在书本上学不到的东西，而这些是必须通过亲身经历才会明白其中的苦与乐，正如古语所说“纸上得来终觉浅，绝知此事要躬行”。在今后我也会3更积极地参加社会实践，不断地磨练自己，提升自我，为将来步入社会做好充足的准备。

**春节消费调查报告篇六**

猪年春节已经结束。

在新年悠悠的余韵中，人们摸摸荷包发现瘪了不少。仔细一回味，不少人都有一个共同的感觉：现在过年花钱更多了，可这年味却似乎不可挽回地变淡了。

全省春节消费月大撒600亿

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人在看车买车。他们是怀着节日购车会有优惠的心理来到这里的，而商家也想尽量回笼资金过年。而广州春节的楼市从早年的“7天不卖楼”到“初三、初四启市”，到去年的“春节照常卖楼做展”，虽然一年一变，但基本上都是销售之前的尾货。今年春节楼市再有新突破，众多楼盘都将一批保留单位或者新货在春节期间拿出来入市。不少广州市民乘春节相互拜年时候顺便来看看楼盘，体验小区的良好居住环境，即使拜年期间不成交，节后也可能付诸行动。

因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。

来年过年会更加个性化

就在猪年春节前夕，国家统计局公布了20xx年国内生产总值（gdp）初步核算数据：我国gdp总量相当于1．4万多亿美元，人均1090美元。这是我国人均gdp首次突破1000美元。国家统计局局长李德水表示，这标志着我国经济进入一个新的发展阶段，社会消费结构将向着发展型、享受型升级，汽车、电脑、高档电器加速进入家庭，人们对于住房条件改善的需求也将不断增长。

而广东早已跨越了人均生产总值1000美元的阶段。记者从省统计局获悉，20xx年广东人均生产总值已达16690元，约为全国人均数的2倍，按可比口径比上年增长了12．4％。

放在这样一个全国和全省经济发展的大背景下看过年消费，就能够更好地观察和理解当下国人过年消费观念与消费方式的种种变化。暨南大学商学系主任杨建华认为，中国人均生产总值正处于一个量变集聚的过程中，一个消费稳健的庞大中产阶层队伍正在形成，未来过年还将向花钱更多、年味更淡、消费方式越加多样化、个性化的大方向演变。或者换一个更准确的说法：未来人们过年会花钱更多，体验更多“年味”的新概念、新感觉。越来越多的、各种各样的便利措施，让人们从传统的忙碌中解脱出来，转向新的忙碌，年味将越来越脱离“物化”而转向“情化”，从“肚子过年”到“脑袋过节”，由“节庆型”向“假期型”过渡。

面对这一大趋势，商家们怎么做？天贸南大市场策划部负责人罗志杰认为，对那些能够点到现代与传统结合之“穴”的商家而言，春节商机无限。比如今春红内衣就十分走俏，虽然内衣穿在里面，只能穿给自己看，但红色象征吉祥，消费者都希望讨个好意头。

杨建华则认为，春节消费的“龙头”地位仍然稳固，不可低估。因为对于美好生活的祈盼无论何时何地都需要相应的表达形式与表现手段。但商家不能孤注一掷，现在暴富的行业基本不存在，仅靠一两个节日、一两种产品或者是欺诈手段来致富是不太可能的了，商家应该全年都要长袖善舞，更要按照营销规律，结合文化认真研究消费心理，踏踏实实地做生意。

将本文的word文档下载到电脑，方便收藏和打印

推荐度：

点击下载文档

搜索文档

**春节消费调查报告篇七**

xx年春节将至，在这个传统而又重大的节日里，喜欢热闹喜庆的家乡人民会选择怎样的方式“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同呢?有人说：“这一年的辛劳赚来的钱，正是为了欢渡春节。”所以也就是说，这是一年中花钱最多的一次节庆。于是，趁势我就春节消费情况进行了一次调查。

一消费投向在哪里?

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，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。

1新年就要穿新衣

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，她们这些职业女性因为工作关系平常难得凑在一块，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\'时间逛街购物，春节的休假正好可以弥补。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，根本没有自己的时间。现在他们都休假了，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。

2民以食为天

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，约达到六七十元外，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，亲朋好友聚在一起不就是图个开心嘛，犯不着上酒店花那冤枉钱。”

3送礼开销过大

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，亲戚朋友间总要是要走动一下的，又不能空着手去，现在的人品位高了，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达到2024多元。

其实，春节人情消费的增加只是一个缩影，不仅是春节，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达到3000多元的李先生无奈地对我说：“人情费超过了小孩学费，面对众多的人情费，我真的有点捉襟见肘。”

从调查中可以看到，人们习惯将白酒作为馈赠亲朋好友的礼品，选择白酒送礼的家庭比率达69%，平均送礼金额中也是白酒最高达到143.94元。

4快快乐乐春节游

近年来，春节游一直很火爆。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，春节是个团圆的的日子，也是游玩的日子，一位熊先说：“我挺喜欢旅游的，但不知道春节期间天气怎样，如果天气不是很坏，带着亲戚朋友一起自驾游也是件快乐的事。”

**春节消费调查报告篇八**

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？百汇商场的一位收银员告诉我，大概在节前二十多天，超市就进入销售高峰，顾客一次购物花费大多在三百元至七百元之间，还有许多是在千元以上，而且卖出去的东西绝大部分是食品。而且有一次，一个六口之家买了一千五百多元的食品，装了好几辆手推车，他们的孩子还吵着说不够。收银员笑了。

在食品的选购上，据我了解，糖果、瓜子、饮料、葡萄酒蜜饯等各类小食品是众多家庭选购的食品中必不可少的，其中源和堂、盐津铺子等泉州老字号是本市民众所青睐的甜果食品。其中葡萄酒所占花销较大，约达到五六十元，其余各项基本在三四十元左右的范围内摇摆。

餐饮消费也是家乡人民春节的一大消费支出之一。对多数人来说，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，我从我在春节所去过的一些酒楼了解到，今年春节从三十到正月初五的酒席早十几天前甚至更早就被预定一空。据一位酒店大堂经理称，这期间在他们这的订制酒席的平均消费大多为六七百元，不少还超过千元。“中国人在过节时总免不了要扯上些吃的，再过春节时当然更不会含糊了。”这位经理笑称。为什么春节酒宴现在越来越成为风潮而供不应求了呢？据我调查了解到，在酒店消费的市民大多是图个方便，不愿亲自下厨，这是时代变化带来的社会风气直接造成的。但是依然有大多数人坚持追求一家过年的和乐氛围，而选择在家里设宴招待亲友。一位住在丰泽新村的洪先生说，“过年了，不就是让大家聚在一起开心开心嘛，亲朋好友欢聚一堂，这才是真的年味，上酒馆子是花冤枉钱，又没什么感觉。”

**春节消费调查报告篇九**

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。

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。”

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。

关于春节消费的调查报告20xx：篇二

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。

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。

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。

其实，春节人情消费的增加只是社会变化的一个缩影，不仅是春节，就是非节假日，人情类的消费也占了人们消费中的很大一部分，成为一项主流消费。诚如广告里所说“送礼就要看档次，送礼也要送健康，送礼更要送出品位。”于是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达到四千多元的陈先生很无奈因为他如今的人情消费总额已经超过了孩子的学费，这不是一个好现象，但是这又是不能不作出的消费。

春节期间购物往往是一些女士在节日期间的首选。一位在电信部门工作的堂姐告诉我，她们这些职业女性因为工作关系平常都像热锅上的蚂蚁一样团团转，基本很少能有机会搞什么集体活动，而在春节假期期间她们刚好可以利用休假时光快快乐乐地逛街购物。据了解，有堂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间逛街购物，春节的休假正好是补偿自己平日乏味繁忙生活的一个机会。我采访了一位平日几乎不曾踏出家门的邻家大婶，她对于春节的来临喜形于色，说，“往常在家里就是跟着脏衣服和脏碗筷转，老公儿子在家时又围着他们转转，都没有自己的时间。现在他们都休假了，我也要放松放松，买几件称心的衣服好好地打扮一番。” 此外，给爱人、孩子添置新衣，也是春节女士们不可缺少的“工作”乃至一种乐趣。

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?百汇商场的一位收银员告诉我，大概在节前二十多天，超市就进入销售高峰，顾客一次购物花费大多在三百元至七百元之间，还有许多是在千元以上，而且卖出去的东西绝大部分是食品。而且有一次，一个六口之家买了一千五百多元的食品，装了好几辆手推车，他们的孩子还吵着说不够。收银员笑了。

在食品的选购上，据我了解，糖果、瓜子、饮料、葡萄酒蜜饯等各类小食品是众多家庭选购的食品中必不可少的，其中源和堂、盐津铺子等泉州老字号是本市民众所青睐的甜果食品。其中葡萄酒所占花销较大，约达到五六十元，其余各项基本在三四十元左右的范围内摇摆。

餐饮消费也是家乡人民春节的一大消费支出之一。对多数人来说，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，我从我在春节所去过的一些酒楼了解到，今年春节从三十到正月初五的酒席早十几天前甚至更早就被预定一空。据一位酒店大堂经理称，这期间在他们这的订制酒席的平均消费大多为六七百元，不少还超过千元。“中国人在过节时总免不了要扯上些吃的，再过春节时当然更不会含糊了。”这位经理笑称。为什么春节酒宴现在越来越成为风潮而供不应求了呢?据我调查了解到，在酒店消费的市民大多是图个方便，不愿亲自下厨，这是时代变化带来的社会风气直接造成的。但是依然有大多数人坚持追求一家过年的和乐氛围，而选择在家里设宴招待亲友。一位住在丰泽新村的洪先生说，“过年了，不就是让大家聚在一起开心开心嘛，亲朋好友欢聚一堂，这才是真的年味，上酒馆子是花冤枉钱，又没什么感觉。”

近年来，春节游可以用“火爆”一词来形容。我在市里的一些旅行社了解到，一些旅游线路基本排满。在宏泰兴客运的一张报表上，大年初一和初二的海南游已“满座”，而前来问票的市民仍是络绎不绝。而我所认识的一位上海商人也选择了在春节期间南下海南岛，途中还会回泉港老家祭祖。据一位旅行社工作人员称，一旦天气晴好，春节外出旅行的人会更多。一位罗先生说：“我是一名驴友，但不知道春节期间天气怎样，如果天气不是很坏，带着亲戚朋友一起自驾游也是件快乐的事。”对于很多人来说，春节既是个团圆的的日子，也是一个阖家游玩的日子。调查显示，在旅游形式上，有六成的人选择随团出游，四成的人选择包括私人自驾游的自助旅游。在旅游目的地的选择上，冬季温暖气候宜人的话南方地区最受欢迎，其中尤以广东、厦门、深圳、云南等热带亚热带气候区为最。而气候相对寒冷的北方城市同样深受游客青睐，尤以哈尔滨和长春为首。同时香港是境外游目的地中的翘楚。

相对于端午、中秋等其他传统节日，春节是最受人关注的节日，是中国公认的最隆重热烈的传统节日。在我发布的一项网络调查中中，85%的人认为，在所有节日中，春节是最重要的不可或缺的一个节日。61%的被调查参与者表示要在家度过春节，14%的调查参与者表示要在游山玩水中度过春节，29%的被采访者表示要以四处拜年走亲访友的方式度过春节，而只有4%的参与调查者称，他们会在知识的海洋中或者在健康的挥汗中度过春节。

今年的除夕人们倾向于选择什么方式去度过呢?59%的被采访者表示要在家里吃年夜饭并且合家观看春晚节目，41%的被采访者表示会选择时兴的除夕夜过法，在酒店里享受店家推出的年夜大餐，并在饭后回家观看春晚节目，还有11%的人在饭后前去进行唱歌等娱乐活动。在饭店里吃年夜饭，51%的消费者消费预算在20xx元以下，26%的消费者消费预算在20xx~3000元，14%的消费者消费预算3000~4000元，有7%的消费者称，他们的消费预算在4000~5000元，有2%的消费者打算在年夜饭这一项上花费5000元以上。

我在我市一些四星级大酒店了解到，酒店推出的1888元、2666元的年夜饭在除夕之前两个月就被订购一空，甚至有的在半年前就已经订罄。而“贵宾级”的六千元以上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，消费习惯变得更加务实经济，更追求绿色健康的饮食习惯，不再盲目追求“天价”，在春节“拒绝浪费，吃出健康”。

被访者中有33%的人表示给朋友春节送礼会选择茗茶，25%的被访者表示如果送礼对象是长辈，倾向于选择保健品，极少数被访者表示会选择其他有意义或对方真正需要的礼品。由此可以看出，春节送礼还是停留在送传统礼品上，并没有深入实际的考虑。

春节是中国人的传统佳节，而如今年味似乎越来越淡。在对待春节的态度上，我所采访的人中有六成的人认为现在春节年味太淡，缺少传统文化，希望能过一个更加传统的春节，在内容和形式上更加有利于人们追寻古老祖先的印记;四成的人认为现在的过年方式简单轻松，比过去的过年方式要好，据我了解，这么认为的大多数为年轻人，基本上都以短信拜年和qq拜年作为拜年方式，许多人在春节当天足不出户。

我市常年举办的新年灯会，集民俗风貌、文化演出、传统饰物于一体，成为百姓过年喜闻乐见的一种文化消费方式，也是今年市民欢度春节的方式之一。在灯会上我了解到，百姓对这种过年的方式十分满意，认为这是泉州市的一大悠久传统，是让市民了解本地的传统文化，使这个春节变得年味浓浓的一个有效方式，对于“新泉州人”们来说这也是一个让他们真正了解春节传统的渠道。

不少人丢掉了自己的传统。物质的丰富带来了对物质的盲目崇拜，开放的世界对传统价值观产生了巨大冲击，风俗正在简化，人情日渐淡薄：关注的重心是位子、房子和票子，而绝少问津健康、慰藉和快乐;宁可手机发短信，却懒得打电话;能在互联网上泡一天，却不愿到亲朋好友家中坐一会儿，这样过年与平时没有区别，甚至带来更多的沉重和疲惫，结果只能让人们对春节产生更多的淡漠。有人愿意到农村寻找“年味”，大概也是这个原因吧。

到哪里去寻找“年味”?到我们的传统文化中去找。传统文化不是传统观念，更不是封建迷信，而是保留传统文化的精髓，创造符合时代的精神追求。其实“年味”就是这么简单：吃喝追求健康、绿色，为什么非要大鱼大肉?亲友们多在一起唠唠“知心话”，不一定非要掺杂那么多的`物质?在风俗上多来点讲究，日子才会增添生机。如果每个家庭都如此，过大年就能红红火火，中国人就能感受到越来越浓烈的“年味”。

**春节消费调查报告篇十**

20\_\_年春节将至，家乡已经是提前进入了节日的亢奋中了，大路上的行人们步履匆匆，就像节日迫近压上的步伐。我们或许会好奇，他们的春节会是怎样度过的?他们将会怎么样堆砌他们的春节消费之塔?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。

其实，春节人情消费的增加只是社会变化的一个缩影，不仅是春节，就是非节假日，人情类的消费也占了人们消费中的很大一部分，成为一项主流消费。诚如广告里所说“送礼就要看档次，送礼也要送健康，送礼更要送出品位。”于是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达到四千多元的陈先生很无奈因为他如今的人情消费总额已经超过了孩子的学费，这不是一个好现象，但是这又是不能不作出的消费。

新衣裳，新面貌

春节期间购物往往是一些女士在节日期间的首选。一位在电信部门工作的堂姐告诉我，她们这些职业女性因为工作关系平常都像热锅上的蚂蚁一样团团转，基本很少能有机会搞什么集体活动，而在春节假期期间她们刚好可以利用休假时光快快乐乐地逛街购物。据了解，有堂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间逛街购物，春节的休假正好是补偿自己平日乏味繁忙生活的一个机会。我采访了一位平日几乎不曾踏出家门的邻家大婶，她对于春节的来临喜形于色，说，“往常在家里就是跟着脏衣服和脏碗筷转，老公儿子在家时又围着他们转转，都没有自己的时间。现在他们都休假了，我也要放松放松，买几件称心的衣服好好地打扮一番。” 此外，给爱人、孩子添置新衣，也是春节女士们不可缺少的“工作”乃至一种乐趣。

饮食春节

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?百汇商场的一位收银员告诉我，大概在节前二十多天，超市就进入销售高峰，顾客一次购物花费大多在三百元至七百元之间，还有许多是在千元以上，而且卖出去的东西绝大部分是食品。而且有一次，一个六口之家买了一千五百多元的食品，装了好几辆手推车，他们的孩子还吵着说不够。收银员笑了。

在食品的选购上，据我了解，糖果、瓜子、饮料、葡萄酒蜜饯等各类小食品是众多家庭选购的食品中必不可少的，其中源和堂、盐津铺子等泉州老字号是本市民众所青睐的甜果食品。其中葡萄酒所占花销较大，约达到五六十元，其余各项基本在三四十元左右的范围内摇摆。

餐饮消费也是家乡人民春节的一大消费支出之一。对多数人来说，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，我从我在春节所去过的一些酒楼了解到，今年春节从三十到正月初五的酒席早十几天前甚至更早就被预定一空。据一位酒店大堂经理称，这期间在他们这的订制酒席的平均消费大多为六七百元，不少还超过千元。“中国人在过节时总免不了要扯上些吃的，再过春节时当然更不会含糊了。”这位经理笑称。为什么春节酒宴现在越来越成为风潮而供不应求了呢?据我调查了解到，在酒店消费的市民大多是图个方便，不愿亲自下厨，这是时代变化带来的社会风气直接造成的。但是依然有大多数人坚持追求一家过年的和乐氛围，而选择在家里设宴招待亲友。一位住在丰泽新村的洪先生说，“过年了，不就是让大家聚在一起开心开心嘛，亲朋好友欢聚一堂，这才是真的年味，上酒馆子是花冤枉钱，又没什么感觉。”

过年不在家

近年来，春节游可以用“火爆”一词来形容。我在市里的一些旅行社了解到，一些旅游线路基本排满。在宏泰兴客运的一张报表上，大年初一和初二的海南游已“满座”，而前来问票的市民仍是络绎不绝。而我所认识的一位上海商人也选择了在春节期间南下海南岛，途中还会回泉港老家祭祖。据一位旅行社工作人员称，一旦天气晴好，春节外出旅行的人会更多。一位罗先生说：“我是一名驴友，但不知道春节期间天气怎样，如果天气不是很坏，带着亲戚朋友一起自驾游也是件快乐的事。”对于很多人来说，春节既是个团圆的的日子，也是一个阖家游玩的日子。调查显示，在旅游形式上，有六成的人选择随团出游，四成的人选择包括私人自驾游的自助旅游。在旅游目的地的选择上，冬季温暖气候宜人的话南方地区最受欢迎，其中尤以广东、厦门、深圳、云南等热带亚热带气候区为最。而气候相对寒冷的北方城市同样深受游客青睐，尤以哈尔滨和长春为首。同时香港是境外游目的地中的翘楚。

春节打算怎么过?

相对于端午、中秋等其他传统节日，春节是最受人关注的节日，是中国公认的最隆重热烈的传统节日。在我发布的一项网络调查中中，85%的人认为，在所有节日中，春节是最重要的不可或缺的一个节日。61%的被调查参与者表示要在家度过春节，14%的调查参与者表示要在游山玩水中度过春节，29%的被采访者表示要以四处拜年走亲访友的方式度过春节，而只有4%的参与调查者称，他们会在知识的海洋中或者在健康的挥汗中度过春节。

除夕夜怎么过?

今年的除夕人们倾向于选择什么方式去度过呢?59%的被采访者表示要在家里吃年夜饭并且合家观看春晚节目，41%的被采访者表示会选择时兴的除夕夜过法，在酒店里享受店家推出的年夜大餐，并在饭后回家观看春晚节目，还有11%的人在饭后前去进行唱歌等娱乐活动。在饭店里吃年夜饭，51%的消费者消费预算在20\_\_元以下，26%的消费者消费预算在20\_\_~3000元，14%的消费者消费预算3000~4000元，有7%的消费者称，他们的消费预算在4000~5000元，有2%的消费者打算在年夜饭这一项上花费5000元以上。

我在我市一些四星级大酒店了解到，酒店推出的1888元、2666元的年夜饭在除夕之前两个月就被订购一空，甚至有的在半年前就已经订罄。而“贵宾级”的六千元以上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，消费习惯变得更加务实经济，更追求绿色健康的饮食习惯，不再盲目追求“天价”，在春节“拒绝浪费，吃出健康”。

过年送礼都送些什么?

被访者中有33%的人表示给朋友春节送礼会选择茗茶，25%的被访者表示如果送礼对象是长辈，倾向于选择保健品，极少数被访者表示会选择其他有意义或对方真正需要的礼品。由此可以看出，春节送礼还是停留在送传统礼品上，并没有深入实际的考虑。

年味如何寻?

春节是中国人的传统佳节，而如今年味似乎越来越淡。在对待春节的态度上，我所采访的人中有六成的人认为现在春节年味太淡，缺少传统文化，希望能过一个更加传统的春节，在内容和形式上更加有利于人们追寻古老祖先的印记;四成的人认为现在的过年方式简单轻松，比过去的过年方式要好，据我了解，这么认为的大多数为年轻人，基本上都以短信拜年和qq拜年作为拜年方式，许多人在春节当天足不出户。

我市常年举办的新年灯会，集民俗风貌、文化演出、传统饰物于一体，成为百姓过年喜闻乐见的一种文化消费方式，也是今年市民欢度春节的方式之一。在灯会上我了解到，百姓对这种过年的方式十分满意，认为这是泉州市的一大悠久传统，是让市民了解本地的传统文化，使这个春节变得年味浓浓的一个有效方式，对于“新泉州人”们来说这也是一个让他们真正了解春节传统的渠道。

不少人丢掉了自己的传统。物质的丰富带来了对物质的盲目崇拜，开放的世界对传统价值观产生了巨大冲击，风俗正在简化，人情日渐淡薄：关注的重心是位子、房子和票子，而绝少问津健康、慰藉和快乐;宁可手机发短信，却懒得打电话;能在互联网上泡一天，却不愿到亲朋好友家中坐一会儿，这样过年与平时没有区别，甚至带来更多的沉重和疲惫，结果只能让人们对春节产生更多的淡漠。有人愿意到农村寻找“年味”，大概也是这个原因吧。

到哪里去寻找“年味”?到我们的传统文化中去找。传统文化不是传统观念，更不是封建迷信，而是保留传统文化的精髓，创造符合时代的精神追求。其实“年味”就是这么简单：吃喝追求健康、绿色，为什么非要大鱼大肉?亲友们多在一起唠唠“知心话”，不一定非要掺杂那么多的物质?在风俗上多来点讲究，日子才会增添生机。如果每个家庭都如此，过大年就能红红火火，中国人就能感受到越来越浓烈的“年味”。

**春节消费调查报告篇十一**

调查报告是对某一情况、某一事件“去粗取精、去伪存真、由此及彼、由表及里”的分析研究，揭示出本质，寻找出规律，总结出经验，最后以书面形式陈述出来。下面是小编整理的春节消费调查报告，欢迎来参考！

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，春节消费调查报告。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。

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，调查报告《春节消费调查报告》。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。

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人在看车买车。他们是怀着节日购车会有优惠的心理来到这里的，而商家也想尽量回笼资金过年。而广州春节的楼市从早年的“7天不卖楼”到“初三、初四启市”，到去年的“春节照常卖楼做展”，虽然一年一变，但基本上都是销售之前的尾货。今年春节楼市再有新突破，众多楼盘都将一批保留单位或者新货在春节期间拿出来入市。不少广州市民乘春节相互拜年时候顺便来看看楼盘，体验小区的良好居住环境，即使拜年期间不成交，节后也可能付诸行动。

因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。

**春节消费调查报告篇十二**

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。

**春节消费调查报告篇十三**

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。”

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。

[]

**春节消费调查报告篇十四**

20xx年春节将至，家乡已经是提前进入了节日的亢奋中了，大路上的行人们步履匆匆，就像节日迫近压上的步伐。我们或许会好奇，他们的春节会是怎样度过的？他们将会怎么样堆砌他们的春节消费之塔？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。

其实，春节人情消费的增加只是社会变化的一个缩影，不仅是春节，就是非节假日，人情类的消费也占了人们消费中的很大一部分，成为一项主流消费。诚如广告里所说“送礼就要看档次，送礼也要送健康，送礼更要送出品位。”于是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达到四千多元的陈先生很无奈因为他如今的人情消费总额已经超过了孩子的学费，这不是一个好现象，但是这又是不能不作出的消费。

新衣裳，新面貌

春节期间购物往往是一些女士在节日期间的首选。一位在电信部门工作的堂姐告诉我，她们这些职业女性因为工作关系平常都像热锅上的蚂蚁一样团团转，基本很少能有机会搞什么集体活动，而在春节假期期间她们刚好可以利用休假时光快快乐乐地逛街购物。据了解，有堂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间逛街购物，春节的休假正好是补偿自己平日乏味繁忙生活的一个机会。我采访了一位平日几乎不曾踏出家门的邻家大婶，她对于春节的来临喜形于色，说，“往常在家里就是跟着脏衣服和脏碗筷转，老公儿子在家时又围着他们转转，都没有自己的时间。现在他们都休假了，我也要放松放松，买几件称心的衣服好好地打扮一番。”此外，给爱人、孩子添置新衣，也是春节女士们不可缺少的“工作”乃至一种乐趣。

饮食春节

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？百汇商场的一位收银员告诉我，大概在节前二十多天，超市就进入销售高峰，顾客一次购物花费大多在三百元至七百元之间，还有许多是在千元以上，而且卖出去的东西绝大部分是食品。而且有一次，一个六口之家买了一千五百多元的食品，装了好几辆手推车，他们的孩子还吵着说不够。收银员笑了。

在食品的选购上，据我了解，糖果、瓜子、饮料、葡萄酒蜜饯等各类小食品是众多家庭选购的食品中必不可少的，其中源和堂、盐津铺子等泉州老字号是本市民众所青睐的甜果食品。其中葡萄酒所占花销较大，约达到五六十元，其余各项基本在三四十元左右的范围内摇摆。

餐饮消费也是家乡人民春节的一大消费支出之一。对多数人来说，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，我从我在春节所去过的一些酒楼了解到，今年春节从三十到正月初五的酒席早十几天前甚至更早就被预定一空。据一位酒店大堂经理称，这期间在他们这的订制酒席的平均消费大多为六七百元，不少还超过千元。“中国人在过节时总免不了要扯上些吃的，再过春节时当然更不会含糊了。”这位经理笑称。为什么春节酒宴现在越来越成为风潮而供不应求了呢？据我调查了解到，在酒店消费的市民大多是图个方便，不愿亲自下厨，这是时代变化带来的社会风气直接造成的。但是依然有大多数人坚持追求一家过年的和乐氛围，而选择在家里设宴招待亲友。一位住在丰泽新村的洪先生说，“过年了，不就是让大家聚在一起开心开心嘛，亲朋好友欢聚一堂，这才是真的年味，上酒馆子是花冤枉钱，又没什么感觉。”

过年不在家

近年来，春节游可以用“火爆”一词来形容。我在市里的一些旅行社了解到，一些旅游线路基本排满。在宏泰兴客运的一张报表上，大年初一和初二的海南游已“满座”，而前来问票的市民仍是络绎不绝。而我所认识的一位上海商人也选择了在春节期间南下海南岛，途中还会回泉港老家祭祖。据一位旅行社工作人员称，一旦天气晴好，春节外出旅行的人会更多。一位罗先生说：“我是一名驴友，但不知道春节期间天气怎样，如果天气不是很坏，带着亲戚朋友一起自驾游也是件快乐的事。”对于很多人来说，春节既是个团圆的的日子，也是一个阖家游玩的日子。调查显示，在旅游形式上，有六成的人选择随团出游，四成的人选择包括私人自驾游的自助旅游。在旅游目的地的选择上，冬季温暖气候宜人的话南方地区最受欢迎，其中尤以广东、厦门、深圳、云南等热带亚热带气候区为最。而气候相对寒冷的北方城市同样深受游客青睐，尤以哈尔滨和长春为首。同时香港是境外游目的地中的翘楚。

春节打算怎么过？

相对于端午、中秋等其他传统节日，春节是最受人关注的节日，是中国公认的最隆重热烈的传统节日。在我发布的一项网络调查中中，85%的人认为，在所有节日中，春节是最重要的不可或缺的一个节日。61%的被调查参与者表示要在家度过春节，14%的调查参与者表示要在游山玩水中度过春节，29%的被采访者表示要以四处拜年走亲访友的方式度过春节，而只有4%的参与调查者称，他们会在知识的海洋中或者在健康的挥汗中度过春节。

除夕夜怎么过？

今年的除夕人们倾向于选择什么方式去度过呢？59%的被采访者表示要在家里吃年夜饭并且合家观看春晚节目，41%的被采访者表示会选择时兴的除夕夜过法，在酒店里享受店家推出的年夜大餐，并在饭后回家观看春晚节目，还有11%的人在饭后前去进行唱歌等娱乐活动。在饭店里吃年夜饭，51%的消费者消费预算在20xx元以下，26%的消费者消费预算在20xx~3000元，14%的消费者消费预算3000~4000元，有7%的消费者称，他们的消费预算在4000~5000元，有2%的消费者打算在年夜饭这一项上花费5000元以上。

我在我市一些四星级大酒店了解到，酒店推出的1888元、2666元的年夜饭在除夕之前两个月就被订购一空，甚至有的在半年前就已经订罄。而“贵宾级”的六千元以上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，消费习惯变得更加务实经济，更追求绿色健康的饮食习惯，不再盲目追求“天价”，在春节“拒绝浪费，吃出健康”。

过年送礼都送些什么？

被访者中有33%的人表示给朋友春节送礼会选择茗茶，25%的被访者表示如果送礼对象是长辈，倾向于选择保健品，极少数被访者表示会选择其他有意义或对方真正需要的礼品。由此可以看出，春节送礼还是停留在送传统礼品上，并没有深入实际的考虑。

年味如何寻？

春节是中国人的传统佳节，而如今年味似乎越来越淡。在对待春节的态度上，我所采访的人中有六成的人认为现在春节年味太淡，缺少传统文化，希望能过一个更加传统的春节，在内容和形式上更加有利于人们追寻古老祖先的印记；四成的人认为现在的过年方式简单轻松，比过去的过年方式要好，据我了解，这么认为的大多数为年轻人，基本上都以短信拜年和qq拜年作为拜年方式，许多人在春节当天足不出户。

我市常年举办的新年灯会，集民俗风貌、文化演出、传统饰物于一体，成为百姓过年喜闻乐见的一种文化消费方式，也是今年市民欢度春节的方式之一。在灯会上我了解到，百姓对这种过年的方式十分满意，认为这是泉州市的一大悠久传统，是让市民了解本地的传统文化，使这个春节变得年味浓浓的一个有效方式，对于“新泉州人”们来说这也是一个让他们真正了解春节传统的渠道。

不少人丢掉了自己的传统。物质的丰富带来了对物质的盲目崇拜，开放的世界对传统价值观产生了巨大冲击，风俗正在简化，人情日渐淡薄：关注的重心是位子、房子和票子，而绝少问津健康、慰藉和快乐；宁可手机发短信，却懒得打电话；能在互联网上泡一天，却不愿到亲朋好友家中坐一会儿，这样过年与平时没有区别，甚至带来更多的沉重和疲惫，结果只能让人们对春节产生更多的淡漠。有人愿意到农村寻找“年味”，大概也是这个原因吧。

到哪里去寻找“年味”？到我们的传统文化中去找。传统文化不是传统观念，更不是封建迷信，而是保留传统文化的精髓，创造符合时代的精神追求。其实“年味”就是这么简单：吃喝追求健康、绿色，为什么非要大鱼大肉？亲友们多在一起唠唠“知心话”，不一定非要掺杂那么多的物质？在风俗上多来点讲究，日子才会增添生机。如果每个家庭都如此，过大年就能红红火火，中国人就能感受到越来越浓烈的“年味”。

本文档由028GTXX.CN范文网提供，海量范文请访问 https://www.028gtxx.cn