

从“一座城”到“一家店” 旅游目的地越来越“小”

假期消费作为观察经济的重要窗口备受关注,今年的“五一”假期,消费者旅游热情高涨,各地景区出现“人从众”现象,消费市场也是热点不断,尤其文旅消费升温明显。

据文化和旅游部数据中心测算,今年“五一”假期全国国内旅游出游2.95亿人次,同比增长7.6%,按可比口径较2019年同期增长28.2%。国内游客出游总花费1668.9亿元人民币,同比增长12.7%,按可比口径较2019年同期增长13.5%。

“五一”假期文化休闲、旅游出行需求集中释放,文旅加速融合,新业态、新模式、新供给不断涌现,“流动的中国”活力满满,展现出我国消费市场的强大韧性和潜力。

居民出行意愿稳中有升

作为拉动经济增长的重要引擎,消费特别是假日消费,既是观察消费市场走势的重要窗口,也是透视中国经济活力的微观切口。多项数据显示,今年“五一”假期,居民出行意愿稳中有升。

5月1日至5日,全社会跨区域人员流动量约13.6亿人次,5月1日创单日旅客发送量历史新高。绿水青山间,处处是人们畅游的身影与脚步。无论是出行车票的“秒没”,各大热门景区门票的售罄,还是热门商圈的“人从众”,都体现出“流动的中国”活力满满。熙熙攘攘的人流不仅引爆了旅游市场,也同步带火了餐饮、住宿等相关行业。

携程5月5日发布的《2024“五一”假期旅行总结》称,“五一”假期,国内旅游市场在去年同期高位基础上保持稳中有增的态势。与此同时,内部结构性变化开始显现:出入境游增速高于国内游,

下沉市场增速高于一、二线城市。来自携程租车的数据显示,今年“五一”期间,整体国内租车自驾订单量同比增长30%。

美团5月4日发布的“五一”假期“吃喝玩乐”消费数据显示,假期前三天,全国本地生活服务消费同比增长25%,全国餐饮堂食订单量较去年同期增长73%。飞猪发布的《2024“五一”假期出游快报》显示,从人均预订量看,今年“五一”同比去年增长了12%,其中用车、酒店等服务人均预订量增幅更明显;人均消费金额也同比增长19%,其中高星级酒店预订量同比增长约两成。

一组组亮眼的消费数据折射出我国文旅消费市场的蓬勃活力与巨大潜力,以及中国经济强大的内生动力,充分彰显了人们对当前消费市场的信心。

旅游下沉化趋势更加明显

“五一”假期,旅游下沉化趋势更加明显。旅游订单同比增速方面,一、二线城市小于三、四线城市,三、四线城市小于县域市场。

携程数据显示,扬州、洛阳、秦皇岛、威海、桂林、开封、淄博、黄山、泰安、上饶等是比较热门的三、四线目的地,旅游订单平均增长11%。安吉、桐庐、都江堰、阳朔、弥勒、义乌、婺源、景洪、昆山、平潭是热门县域旅游目的地,旅游订单平均增长36%。

另据去哪儿5月5日发布的数据显示,淄博、天水、柳州、延吉、苏州、洛阳、泉州、福州、威海、台州等城市“五一”酒店预订量同比增长1倍以上,甚至天水、福州、洛阳有酒店在假期前十天热门房型已售罄。

不同于资源丰富的大城市,小众城市仅依靠一个出圈标签,便带动成倍旅游经济增长。去哪儿大数据研究员粗略计算,吃一顿天水麻辣烫消费30元,人均带动当地消费650元;体验一次泉州簪花仅需40元,人均带动当地消费900元;去平潭追“蓝眼泪”高铁大约40元,人均带动当地消费

700元……以此计算,在出圈小众网红城市,“e人”(外向型人格)打卡拉动整体消费放大近20倍。

携程研究院行业分析师王亚磊表示,下沉市场基数较低,增长空间更大。同时,游客追求更松弛和性价比,加速了下沉趋势。相比一、二线城市的“人挤人”,下沉市场为游客身心放松地度过假期提供了可能。而且,相比一、二线城市假期高企的住宿、餐饮费用,下沉市场也更有性价比。携程数据显示,“五一”假期,县域市场酒店间夜均价仅为二、三线热门城市均价的一半。

王亚磊进一步指出,从需求侧看,消费者避免“人从众”的心态更为明显,从一、二线中心城市向三、四线甚至县城走,日后将愈发普遍。从供给侧看,高铁交通基建的完善,提高了三、四线及县域市场与中心城市的直达性。同时,下沉市场的旅游供给也在不断完善。今年以来,携程平台上新增县域景区近千家。另据不完全统计,2023年12月以来,10个省级行政区共新增127家4A级景区,其中65%分布于县城及县级市。

“味蕾游”带动假期餐饮市场

餐饮业作为促消费、惠民生、稳就业的重要基石,同样是衡量经济复苏活跃度的“风向标”。在刚刚结束的“五一”假期中,居民出行热情高涨,人潮涌动间烟火气升腾,各地餐饮消费市场“跑出”加速度。

民以食为天,美团数据显示,5月1日至3日,“味蕾游”带动各地餐饮消费,全国餐饮堂食订单量较去年同期增长超73%,部分餐厅排队等位超过1000桌。成都、杭州、北京、重庆、上海位列全国异地游客堂食订单量前五城市。

据记者观察,随着越来越多的年轻人通过线上渠道寻找美食,餐饮企业积极参与线上平台促销活动,推出高性价比套餐。从美团餐厅订座数据来看,除火锅、粤菜、西餐等传统热门菜系受追捧外,江浙菜、川菜等特色地方菜预订量涨幅明显。

“这个假期,我们店每天都很忙,日均客流量较去年同期提升约15%。”武汉江汉路步行街肥肥肥相关负责人张阳对记者表示,为把握“五一”假期消费热潮,餐厅提前开启专场直播,5月1日销售的团购套餐单量创历史新高。

江苏苏州一怪食府掌柜“一怪”也对记者表示,“五一”期间餐厅的日营业额再创新高,或得益

于近两年餐厅始终位居大众点评用直古镇排行榜酒店业第一,积攒了不少人气。

来到陌生的城市,年轻人不愿再走马观花,而是从“心”出发感受当地的生活。“从‘一座城’到‘一个景区’再到‘一家小吃店’,年轻人的旅游目标越来越‘小’。”马蜂窝目的地研究院院长孙云蕾对记者表示,年轻人开始追求小众景点以及能品尝地道美食的小店,“体验感”正在成为年轻人旅游出行的第一诉求。

为了迎接“五一”假期,多家连锁餐饮企业集中上线新菜,给消费者带来味蕾新体验。旅游热门城市的餐饮企业假期前就开始加大食材备货、调整营业时间,做好迎接假期客流高峰的准备。

海底捞数据显示,5月1日当天,海底捞全国超1300家门店共计接待顾客约200万人次,为2024年至今客流量最高的一天,较去年同期增长超10%。

“假期第一天,整个露营地超100人同时就餐,家庭、亲子为主力消费人群。我们还设置了丢飞盘、下棋等多种活动,为大家提供更多元化的‘露营+火锅+美食’体验。”海底捞上海松江露营地负责人薛永芳表示。

美团研究院副院长厉基巍对记者表示,随着我

国居民消费水平不断提高,餐饮消费多业态联动效应更趋明显,“餐饮+”跨业态联动的场景大量涌现。同时,县城餐饮消费空间也将持续扩大,线上线下融合程度加深,有望成为餐饮消费新的增长极。

在业内人士看来,旅游热度持续走高,餐饮消费市场烟火气升腾,新潮玩法层出不穷,展现出“五一”假期蓬勃旺盛的消费活力。随着餐饮消费

潜力持续释放,有助于进一步扩大内需,助力经济向好向稳发展。

中国烹饪协会会长杨柳也表示,餐饮企业在促消费、创新消费场景的同时,还要重点关注安全生产、食品质量、明码标价、反浪费等方面可能存在的问题,共同推动餐饮市场持续向好,为实现餐饮业高质量发展作贡献。

自驾游越来越受欢迎

伴随自驾游、家庭游不断升温,“五一”假期租车市场火热。交通运输部公路局副局长郭胜此前表示,据交通运输部初步预测,今年“五一”假期预计日均全社会跨区域人员流动量达2.7亿人次以上,其中自驾出行比例将达到八成以上。

“五一”假期租车量大幅提升,我们90%的车都租出去了,特别火。”北京市朝阳区一租车门店的工作人员李女士告诉记者,“五一”假期店内租车价格比平日翻了一倍左右。

来自上海的赵先生向记者表示:“热门线路和车次少的小众目的地,高铁票太难抢了,而且高速公路免通行费,所以我们一家三口最终选择自驾。”假期五天,赵先生在飞猪平台租了一辆新能源车,体验了一次“衢州-上饶-景德镇”的小环线

“迎吃之旅”。

像赵先生这样的游客并不算少数。飞猪数据显示,今年“五一”假期租车、包车等自驾游预订量同比增长均超过四成。携程租车数据显示,今年“五一”假期整体国内租车自驾订单量同比增长30%。从花费来看,今年“五一”假期人均租车费用同比上涨10%。海外自驾游同样火爆,海外租车订单量同比增长132%。“五一”假期新客占比为45%;海外租车订单的新客占比60%,同比翻一番。

“从今年春运就能看到,节假日出行发生结构性变化,自驾出行占比达八成。背后原因是自驾出行具备低成本、便捷性、灵活组合等优势,越来越受到消费者欢迎。”携程研究院行业分析师方泽茜告诉记者,自驾出行人数增多,分流了部分航空旅客流量。

“夜经济”热度持续攀升

伴随全国各地气温逐渐回升,“夜经济”热度持续攀升。携程数据显示,“五一”假期三、四线城市及县域目的地旅游订单增速高于一、二线城市,县域地区的酒店和门票订单量同比分别增长64%、200%。小城市夜市成为游客打卡的景点。“还没走到夜市就已经开始交通管制,7点多进夜市四个方向的人流把路口堵得死死的。”“五一”假期去河北正定旅游的张先生告诉记者。在社交媒体上,记者看到,钦州、北戴河、义乌等地的夜市人山人海。实际上,小城市夜市火热反映出消费新“夜”态向旅游市场的“毛细血管”深入。

作为夜生活的典型代表,酒吧也在“五一”假期开启旺季。在长沙经营一家精酿啤酒吧的罗先生告诉记者,“五一”假期他的小店里每天都坐满了顾客,店内座位不够时只能在路边支起桌椅。他每天要从晚上6点忙到次日凌晨3点左右。

酒吧市场下沉趋势明显,不少县城酒吧人气旺盛。美团数据显示,过去一年,县城酒吧数量同

比增长超70%。越来越多酒吧从单一模式演变成“酒吧+餐饮”“酒吧+演出”“酒吧+展览”等多业态复合模式,消费人群更广泛,消费场景更多元,消费体验更潮流。

不少餐饮品牌开启“夜宵”新模式。以海底捞为例,“五一”假期海底捞上海静安大悦城店楼顶露台处的星空泡泡屋吸引大量消费者前来打卡。“在摩天轮下享受火锅美食,俯瞰上海夜景,这种‘城市轻露营’的感觉让人觉得特别新奇。”在静安大悦城附近居住的张女士告诉记者。

此外,“五一”假期博物馆、主题公园以及名山大川等户外游受到大众欢迎。不少山岳、古镇、博物馆也纷纷开启夜游模式。携程平台上,八达岭、泰山等景区夜间门票大受欢迎,“夜游长江”成为打卡武汉的热门旅游项目。泰山“五一”假期前三天的夜间门票早在4月28日就售罄。这个“五一”假期,“夜游、夜食、夜购”共同构成“夜经济”新图景。

出入境游同迎小高峰

伴随出入境便利化措施的落地,中国旅游与世界的连接更加紧密。

携程数据显示,“五一”假期,出入境旅游订单增速高于国内游。出境游方面,“五一”假期,中国游客出境游覆盖全球将近200个国家,超3000个城镇,东南亚、日韩等短途国家是出境热门目的地。入境游订单同比增长105%。中国单方面免签的12国及相互免签的新加坡、泰国,累计入境游客同比增长约2.5倍。省会城市中,入境游旅游订单增速较快的依次是乌鲁木齐、西安、杭州、昆明、合肥、成都、拉萨、哈尔滨、济南、太原。

去哪儿数据显示,2024年5月1日出发的国际机票预订量超过2019年,并创下历年“五一”的单日新高;假期多个免签目的地预订量超过2019年三成。全球1035个城市有中国旅客预订酒店,中国旅客集中出游,带动全球消费恢复。记者从出境游头部企业众信旅游方面获悉,“五一”假期购买众信旅游出境游产品人数同比增长超400%。从出境游目的地看,日本、泰国等地热度较高。

日元汇率下跌提高了赴日性价比。湖南的杨女士“五一”假期和朋友一起赴日本游玩。她告诉记者:“假期机票涨价比较厉害,总体耗时较短的航班涨了三倍左右。尽管如此,不少航班只剩几张余票。”湖南某旅行社签证业务员告诉记者:“从4月开始,我们每天会收到很多日本签证的代

办订单,多数是计划‘五一’前往日本的游客。”去哪儿数据显示,中国旅客已覆盖小樽、鸟取、埼玉等212个日本目的地。

出境游市场强势复苏带动相关上市公司业绩修复。以众信旅游为例,2023年年报显示,众信旅游2023年实现营收32.98亿元,同比增长558.96%;净利润为3227.42万元,实现扭亏为盈;经营性现金流净额为1.70亿元,同比增长179.52%。

出境游市场仍有较大增长潜能。从去哪儿出境游搜索量来看,仍有大量旅客的出游需求未释放。去哪儿大数据研究院研究员肖鹏预测,随着暑假旺季到来,国际航班恢复可能会超预期。

中国数实融合50人论坛智库专家洪勇对记者表示,“五一”假期消费亮点纷呈,显示出国内消费市场正逐步回暖,信心增强。他进一步分析,假期消费市场的亮点不仅反映出假期旅游的复苏,也体现了消费模式的创新与多元化,彰显了居民消费需求的升级。

不过业界分析同时指出,市场供给还有待进一步加强。携程研究院分析,假期人气爆棚的同时,也出现部分景区接待能力不足等问题。随着旅游市场的下沉趋势及入境旅游的发展,更加考验国内旅游市场的发展质量。

本报综合整理 编辑:蒋世龙

讲文明 树新风 公益广告



环境保护在心中 垃圾分类在手中