

# 清明假期旅游“成绩单” 释放出哪些讯号

中国城市报记者 张亚欣

目前,全国多地新冠肺炎疫情防控形势严峻复杂。受此影响,今年清明小长假冷清不少,交出了一份“情理之中,意料之外”的“成绩单”。

经文旅部数据中心测算,2022年清明节假期3天,全国国内旅游出游7541.9万人次,同比减少26.2%,按可比口径恢复至2019年同期的68.0%;实现国内旅游收入187.8亿元,同比减少30.9%,恢复至2019年同期的39.2%。

同时,各家旅企也纷纷晒出清明假期出游数据,本地游、周边游以及旅游资源丰富的城市在假期热度榜上领跑。在业内人士看来,受疫情影响较小的区域旅游热度持续攀升,凸显了中国旅游市场的韧性。数据背后,表现出我国旅游业哪些阶段性特征?其未来发展趋势又将如何?

## 本地游、周边游成为主流

受新一轮新冠肺炎疫情影响,在刚刚结束的清明小长假中,本地游、周边游依然占据居民游玩主导位置。

文旅部在情况通报中指出,本地休闲和近程度假成为此次清明节假期的主基调。位置大数据监测显示,各地接待游客中省内游客占比94.9%,创常态化疫情防控以来新高。受29个省区市局部散发疫情影响,2022年清明小长假期间,多地严格实施跨省旅游经营活动管理“熔断”机制,国内游客出游半径明显缩小,省内游、市内游、近郊游成为各地游客的主要选择。

中国城市报记者从多家平台获悉,清明节旅游情况反映在游客产品选择上,以本地、周边为主的短途度假类产品为主。

途牛旅游网数据显示,本地周边游订单占据清明预订和出游订单的主导位置。北京、武汉、成都、重庆、广州、杭州、南京、长沙、兰州、银川十地游客的周边游需求更盛。

同程旅行大数据也显示,2022年清明小长假的酒店订单中,本地酒店订单占比67%;而在平台的用车订单中,本地出行订单占比高达91.3%。

同时,人们预订机票、酒店、景区等各类旅游产品的时间周期也被进一步缩短。去哪儿数据显示,清明小长假提前

一周内预订机票的用户占比超过70%,酒店平均预订周期缩短至1.6天,而景区门票当天预订的占比超过八成。

“基于此次清明小长假消费者出游半径的缩小以及本地游的属性,消费者在交通和住宿方面的成本大大减少,也无法产生过多的二次消费,旅游收入与往年相比锐减很正常。”资深旅游从业者孟广璞在接受中国城市报记者采访时称,市场交出一份相对“寡淡”的“成绩单”实属正常。

在中国贸促会研究院副院长赵萍看来,清明假期里,人们主要还是以追忆故人、寄托哀思为主,不像一般小长假以吃、住、玩为主,因此并没有产生规模较大的消费。

## 乡村游持续走红

在长途旅行面临疫情传播所带来的封控风险,以及各地普遍提升防控门槛的情况下,人们的出游意愿被压制在了城市周边的山野之间。

本次清明小长假,“乡村+体验式”旅游持续走红。携程数据显示,今年清明乡村旅游订单占比较疫情前提升20%;2022年以来乡村旅游较2019年同期已恢复92%,是复苏势头最为强劲的旅游品类之一。大城市周边乡村游尤为火爆,城市本地居民预约乡村酒店民宿的比例达60%,同比增长35%。

此外,在乡村民宿住上一晚,可能是这个清明小长假最合适的“打开方式”。综合数据显示,清明假期,乡村酒店民宿预订量占比较去年同期增长了近60%。“虽然我们已经是村里最大的酒店,但4月3日那天依旧

是一房难求。”位于北京延庆度假珍珠泉村的天香源乡村酒店老板对中国城市报记者说。

途家民宿相关负责人分析称,民宿行业受这波疫情影响较大,整体预订量较去年同期有所下降;本省住客成为民宿主要客源,省内订单占比高达7成以上。途家数据显示,清明民宿预订均价最高的是北京,每晚预订均价达到了842元;其次是海南三亚,达到439元。但相比今年春节假期,各大热门城市的清明民宿预订均价都有30%—50%的下浮。

携程研究院高级研究员谢晓青认为,乡村旅游的内核是休闲旅游,其体现的是令人放松、愉悦的生活方式,不仅体验性强,也更加贴近大自然。乡游经济的大幅升温,带动了乡野美宿、露营、户外等产业的兴起,也将进一步带动城市近郊区域旅游的可持续发展。

## 赏花、露营受热捧

今年清明假期,赏花游、露营热度靠前。以赏花游为例,从3月开始,途牛旅游网关于“赏花”的关键词搜索量环比增长超过106%,其中油菜花、樱花、桃花是人们在城市及近郊赏花的大热门。同时夜游、酒店微度假也在频频加码游客的赏花计划,如北京玉渊潭公园、湖北武汉东湖樱花园、江苏南京梅花山等地纷纷开放赏花夜场;赏花季期间,不少目的地更是以赏花为主打项目,推出了多样态的“酒+景”套餐,吸引更多游客前来边赏花边度假。

在北京第二外国语学院中国文化和旅游产业研究院副教授吴丽云看来,赏花这种出游形式,虽然以春天为主,但一年

四季均有不同类型的花卉。景区和公园等可以将四季的赏花资源合理利用起来,从多个维度开发赏花资源。具体来看,可以将赏花与文化元素叠加,开发与赏花相关的文化产品、休闲体验产品、增值服务等。

而除了赏花外,徒步、骑行、露营等赏春踏青、亲近自然的周边游项目也是今年清明小长假的热门之选。马蜂窝数据显示,清明小长假期间,各地与“徒步”相关的搜索热度平均涨幅超过60%,与“露营”“骑行”相关的搜索热度平均涨幅近50%。

实际上,露营活动由来已久,近两年尤其受到市场关注。随着国内各类露营地的建设和开放,越来越多的年轻游客开始尝试这种新的出行游玩方式。同程数据显示,今年清明小长假全国“露营”的搜索量环比上涨98%。一些游客会前往户外的山林或公园里扎营过夜,也有部分游客带上帐篷在周边体验一下露营的氛围后,于夜间返家或住酒店。数据显示,国内最关注露营的城市分别是杭州、广州、北京、重庆和武汉。

“虽然清明节能有三天假期,但为了防疫着想,还是就近消遣游玩一下吧。露营是我能想到的带孩子亲近大自然的最佳度假方式。”山西太原市民赵霆告诉中国城市报记者,为了让孩子在疫情防控常态化下也能和大自然亲密接触,他早在前年就购买了全套露营设备。每逢春秋两季,他都要带着妻子女选个好地方“安营扎寨”。

## “五一”小长假或将回温

如今,受一波又一波疫情

的冲击,旅游业依旧在寒流中挣扎徘徊。其何时复苏仍旧是当下业内最关心的话题。

中国旅游研究院在近日的季度发布会上表示,受新一轮疫情的影响,2022年第一季度弹性出游需求呈进一步收缩态势,旅游经济呈“稳开缓升低收”的格局。预计第一季度全国国内旅游出游9.73亿人次、国内旅游收入6400亿元,与2021年第一季度同比分别减少5%和13%,与2021年第四季度环比则分别有75%和16%的增长,按可比口径恢复至2019年同期的80%和47%。

同时,中国旅游研究院发布的《2021年旅游经济运行分析与2022年发展预测》显示,2022年,疫情仍将是影响旅游业复苏最大的不确定因素,宏观经济的需求收缩、供给冲击、预期转弱在旅游领域都会有更明显的体现。但是旅游业复苏向上的进程不会停止,创新发展的势头不会减弱,优质文化产品和旅游服务供给力度将会进一步加大。

根据清明假期市场交出的“成绩单”,孟广璞预判:“如果全国疫情在‘五一’前得到有效控制,跨省出行将会较清明节有所缓和。虽然原则上仍会以省内游或中短途游为主,但‘五一’小长假的出行人数和旅游消费可能会有明显提升。”

此外,孟广璞进一步表示,从中长期发展来看,旅游市场复苏趋势主要取决于国内疫情走势,以及商情防疫政策的有效落实。总体而言,国内游客出游意愿强烈,旅游市场将在疫情反复影响下实现阶段性复苏,本地游和近程游仍是疫情防控常态化下旅游业赖以生存的基础市场。

## 2022年中日文化艺术交流季 在北京中华世纪坛启幕

近日,2022年中日文化艺术交流季在北京中华世纪坛启幕。“江户绮想曲——浮世绘大展”作为交流季的重点活动,精选了140组不同历史时期的浮世绘经典作品,展览以《花未眠》《江城》《和之境》《百美图》四个章节呈现了日本独特的自然观以及江户时代的市民生活场景、娱乐消遣和审美时尚。展览将持续至6月5日。

中国城市报记者 刁静严摄

