

春节期间表现抢眼,旅游业重返春天?

中国城市报记者 张亚欣

今年春节期间,旅游业表现抢眼,“吸金”能力十足。

文化和旅游部统计显示,春节假期,全国国内旅游出游3.08亿人次,同比增长23.1%,恢复至2019年同期的88.6%;实现国内旅游收入3758.43亿元,同比增长30%,恢复至2019年同期的73.1%。同时,旅游平台的各项数据也一路飙升,显示出旅游产业的巨大韧性。

在业内人士看来,出游需求在春节假期集中释放,出游规模、消费结构、服务质量和市场主体获得感等指标持续向好,为全年旅游经济高开稳增长、市场持续回暖奠定了基础。

跨省游快速回暖 景区内人气旺盛

作为疫情暴发以来首个无需人们就地过年的春节,旅游市场交出3年以来最亮眼成绩单。

重庆理工大学发展规划处高等教育研究室主任、民建重庆市委经济委员会委员王文涛在接受中国城市报记者采访时表示:“春节期间的消费数据是经济复苏的‘晴雨表’。春节期间旅游业实现开门红,彰显出中国经济强劲复苏的动力,特别是在提振内需和扩大消费的背景下,旅游消费的反弹无疑给经济复苏带来阵阵暖流。”

携程发布的《2023年春节旅游总结报告》显示,春节期间国内外旅行订单皆迎来3年巅峰,旅游订单整体较虎年春节增长4倍。

值得注意的是,过去3年,由本地游和周边游占主导的春节度假趋势在今年发生改变,长线游实现快速复苏。兔年春节期间,携程平台上跨省酒店预订占比近7成,预订量反超2019年春节;另据途牛数据,今年春节假期跨省游人次占比达到了68%,是近年来为数不多的跨省游占据消费主导的假期;同程旅行发布的《2023年春节假期旅行消费数据报告》显示,今年春节假期,不仅海南、云南等冬季传统热门目的地迎来大量游客,河南、山东等省份的旅游市场也出现大幅增长。同时,国内多个热门景区再现游客爆满的景象,其中安徽黄山游客接待量创2018年以来春节假期单日接待量新高,四川自贡灯会也出现多日门票接连售罄的戏码……

“历经3年沉寂,兔年春节

黄金周浙江桐乡乌镇景区售票达27.32万人次,景区直接收入6500万元。”乌镇旅游股份有限公司总裁陈向宏称,尽管这仍不及2019年顶峰时期春节黄金周的数据,但对3000乌旅人来说,这是未来希望的标志。陈向宏进一步透露:“为弥补员工不足,许多员工家属也加入了景区春节运转服务大军,每个员工重拾往日自信和自豪。更重要的是,由于乌镇旅游的带动,全镇7天黄金周旅游综合收入超过9.45亿元。”

在陕西省社会科学院文化旅游研究中心主任张燕看来,迎来开门红与春节期间多地旅游管理部门实施的一系列优惠政策不无关系。一方面,这刺激了旅游业发展,释放了旅游业发展的信心;另一方面也扩大了居民旅游的意愿。以四川省为例,四川线上线下发放抢购券、消费券、抵扣券等“财政+市场”组合“大礼包”,累计7400余万元。各种优惠政策持续激发文旅消费强劲活力,2023年春节游客消费占四川总体消费的34.77%,比2022年增长3.62%。

住宿业大火 “海外过年”回归

春节期间,走亲访友和旅游客流的大幅增加为酒店业者送上了一个“新年礼包”。

小吴是廷泊酒店(柏林酒管旗下品牌)湖南省娄底市火车站店的一名前台储备经理。她告诉中国城市报记者,春节期间,她和同事们从前台每天翻倍增长的人住接待量中感受到了旅游市场复苏的暖意。

春节黄金周期间,湖南省主要旅游景区纷纷迎来客流峰

值,紧邻长沙的娄底跟着也火了起来。大量游客及访亲访友人员的到来,使小吴所在的廷泊酒店火车站店几乎每天处于满房状态,小吴和同事们的的工作量和去年同期相比增加了好几倍。据了解,受益于假期旅游人次的大幅增长,柏林酒管旗下其他酒店品牌在农历大年初三这一天满房率超过了95%。

同样迎来客流高峰的还有美豪酒管美豪雅致酒店苏州湾店。据该店前台工作人员回忆,和去年春节相比,今年的高峰来得似乎更早一点,部分客人除夕夜都是选择在苏州湾店度过的。春节后从农历初二、初三开始,酒店接待量又迎来一轮井喷。为了让客人能够更加真切地感受到年味,酒店在大堂增设了年画、春联体验区,客人可以自由地在大堂互动体验中国传统年俗文化活动。

华住数据显示,春节假期,高档品牌花间堂表现优异,平均入住率超过70%;花间堂子品牌浙江丽水花间堡连续4天满房;中高档品牌漫心的人住率接近65%,其中北京后海鼓楼四合院漫心府、南京夫子庙熙涵映漫心府、南京夫子庙水韵秦淮漫心酒店连续5天满房。

另有途家民宿数据显示,今年春节假期前整体民宿预订量已达2022年6倍,创疫情暴发以来新高。春节假期期间,大理、重庆、成都、厦门、丽江、上海、三亚、广州、西双版纳、西安等地民宿预订更是火热,客人平均入住天数为2.3天,达到疫情暴发以来峰值。途家民宿副总裁胡阳分析,相比往年节假日“单点火爆周边冷”的情况,今年春节假期呈旅游大省

多点开花的形势,海南、云南、广东、福建等爆火的旅游目的地带动了周边4—5个地区旅游增长,周边地区民宿预订量也达到近3年新高。

此外,在跨境旅行放开后,国人海外旅行订单在今年春节期间迎来明显转折点。携程数据显示,今年春节,跨境机票订单同比增长4倍以上。其中,泰国曼谷的酒店预订增长显著,春节订单量同比增长超33倍,酒店单均花费则上涨了70%左右。有游客直言:“到海外过年一方面是因为很久没有出国旅行,另一方面则是受到价格因素的影响。春节期间去一趟东南亚的花费和到国内热门城市旅游的花费差不多,有的甚至更低。”

推动旅游业重回 高质量发展轨道仍需时日

春节期间国内游的旅游人次和收入数据喜人,这让疫情期间遭遇诸多挫折和磨难的从业者重燃希望,但也有更谨慎的从业者在心里存疑:旅游业真的重返春天了吗?未来,中国旅游业将迎来何种发展趋势?

中国旅游研究院专项调查显示,2023年春节假日期间有18.2%的旅游企业营收恢复到了2019年同期八成以上,恢复到六至八成的企业占比49.1%,恢复到四至六成的有28.3%,仅有4.4%的企业恢复不足4成。面对快速复苏的春节假日旅游市场,有21.2%的旅游企业表示接待能力跟不上。

光大证券相关人员认为,从上市公司景区数据看,各景区恢复明显,部分景区游客数

已经超过2019年水平,春节旅游复苏态势符合预期;未来疫情对于旅游市场影响趋弱,旅游业整体复苏趋势向好确定性较强,看好整体业绩修复机会。

农文旅产业振兴研究院常务副院长袁帅在接受中国城市报记者采访时表示,作为疫情暴发后第一个完全放开出行的春节,2023年的春节旅游市场可谓井喷式复苏。

中国社科院旅游研究中心特约研究员高舜礼发文称,个别景区的火爆、节日市场的兴旺,让经营者和投资者看到了旅游产业的韧性,增添了他们对产业和市场加快恢复的信心。同时高舜礼也指出,虽然春节既为2023年旅游开了个好头,也为疫情防控措施优化调整后旅游恢复增添了动力,但关于“春节以后旅游业发展就会一马平川、步步登高”之类的断言还过于乐观、也为时过早。他建议,旅游企业仍应该踏实推进生产能力的恢复、抓好管理和服务能力的提升、做好旅游产品的推陈出新,才能加快融化3年疫情凝冻的寒冰,推动旅游产业加快进入正常乃至高质量发展的轨道。

在袁帅看来,产业融合是经济发展的大趋势,也是推动产业发展的新选择,并逐渐成为产业提高生产能力和竞争力的重要方式之一。跨界融合,充分发挥旅游业自身极强包容性和产业带动性的特点,让“旅游+”成为多产业发展的“增效器”、成为带动产业振兴的“串联机”;通过旅游业与第一产业融合并带动拉动第二产业,实现一二三产业融合发展,如此能够进一步提振旅游产业的经济效能,这也或将成为未来旅游业发展的新趋势。

海南三亚:“错峰游”火热

近日,游客在海南省三亚市南山文化旅游区挂心愿带祈愿。春节长假过后,随着“错峰游”兴起,三亚旅游热度不减,各景区游人如织。

中新社发 陈文武摄

