

# 这个假期有多热 透过数据看“五一”

5月3日,被誉为近五年最火的“五一”假期圆满收官。各大平台陆续公布今年“五一”假期的出游“成绩单”,多项指标不仅超越今年春节假期,甚至刷新“五一”假期历史最高值。

## 出游人数恢复至疫前

从城市大街小巷到风景秀丽的景区,人山人海,无处不在。据文旅部5月3日公布的《2023年“五一”假期文化和旅游市场情况》显示,“五一”假期5天,全国国内旅游出游合计2.74亿人次,同比增长70.83%,按可比口径恢

复至2019年同期的119.09%;实现国内旅游收入1480.56亿元,同比增长128.90%,按可比口径恢复至2019年同期的100.66%。节前中国旅游研究院预测出游人次/旅游收入将超2.4亿/1200亿元,实际数据超此预期。

## 旅客出行半径显著变长

乘高铁、搭飞机、自驾游,寻亲访友、踏青旅游、舒展身心,刚刚过去的“五一”假期,“出行”成热词。

中原大地,郑州东站“米”字形高铁枢纽纵横延伸,高峰客流超20万人次;黄浦江畔,浦东、虹桥两大机场日均共有1700多架次航班起降,日均客流量超29万人次;巴蜀大地,高速路网车辆川流不息,4月29日四川全省高速公路网出口总车流量超270万辆……

在“五一”假期跨市、跨省游热度明显走高,出行距离及消费活跃度创下历史新高。据

同程旅行数据显示,“五一”假期人们的出游半径显著变长。在“五一”假期热度前十的火车线路中,有8条为跨省线路,北京—上

海、广州—长沙等长线出行的火车线路也进入榜单前十。该平台用车订单量在4月29日也创下单日历史新高,订单量为今年春节单日峰值的1.9倍。在用车订单中,跨城出行订单较春节提升103%,300公里以上订单大幅提升。热门用车需求主要集中在长三角、珠三角、京津冀等各大城市群之间,长三角订单较春节增长362%、珠三角较春节增长312%、京津冀增长121%。

在去哪儿平台上,今年“五一”,旅客走得也很远,平均飞行距离达到了1414.95公里,约等于广州到南京的距离。

旅游半径快速扩大被视为行业复苏的重要信号,这意味着消费者对旅游产品丰富性需求不断提升。



## 没有冷门目的地

在今年“五一”假期高涨的出行情绪带动下,无论是热门城市还是小众目的地都迎来了人潮涌动的盛况。

一方面,热门城市旅游热度持续火爆。去哪儿大数据显示,今年“五一”假期热门城市酒店预订量超疫情前1.9倍。飞猪数据显示,北京、上海、杭州、成都、广州、西安、重庆、深圳、武汉、南京等是“五一”最热目的地;上海迪士尼度假区、北京环球度假区、杭州西湖、广州长隆旅游度假区、珠海长隆国际海洋度假区、横店影视城、普陀山风景区等是“五一”最热门景点。

另一方面,今年“五一”没有冷门目的地。假期前夕,不少游客已经预见大城市和热门景区里“人山人海”的景象。“小众”“冷门”成为年轻用户最关注的旅游关键词。

同程旅行数据显示,“五一”假期“小众”相关旅游搜索热度环比上涨172%，“冷门”相关旅游搜索热度环比上涨113%。“五一”假期国内三线及以下城市酒店预订量较2019年同期增长超过150%。

去哪儿平台数据显示,往年诸如德宏、淄博、甘南、伊犁、喀什、淮安、盐城、自贡、威海、日照、揭阳等相对冷门城市,今年“五一”酒店预订量比2019年增长10倍以上,其中德宏酒店预订量增长最高,达22倍,淄博增长20倍。山南、临沧、塔城、延边、昌都等小众旅游目的地在节前一周已库存告急。

除了淄博成为“五一”“顶流”之外,在众多线下演艺、节庆活动、地方特色体验的带动下,新兴旅游目的地也不断涌现。此外,烧

烤、熊猫、青花瓷、螺蛳粉……形形色色的旅游标签,在今年“五一”假期成为激发旅游城市消费潜力的关键。一顿淄博烧烤、一次“花花”见面、一件青花瓷文创产品,甚至一碗螺蛳粉都成为大家对这座城市“非去不可”的理由。可以说,所有旅游城市都挤满了人,所有能选择出游的人也都在尽情享受假期。

“五一”假期全国10家宋城景区(不含上海)合计上演约235场主秀(2021年同口径约218场,加上上海项目约249场),其中杭州5月1日公告场次18场。

“五一”假期黄山风景区接待游客11.78万人次(较2019年4天增长4.9%、较2021年5天增长12.2%),增速相对不高与景区将日客流量控制在3万人以内有关。

“五一”假期峨眉山景区接待游客17.43万人次(较2019年增长42.1%)。

“五一”假期天目湖接待游客/实现收入较2019年同期增长15%/39%,若剔除新项目则收入增长18%。

4月30日至5月2日,乌镇日均接待游客超10万人次,濮院连续三天接待人次破万,5月1日客流接近2万,创开业以来单日接待量新高。

海昌海洋公园“五一”假期前三天接待游客近50万人次,较2019年同期增长60%以上,其中核心项目上海海昌海洋公园4月30日和5月1日综合收入和入园人次刷新“五一”假期单日纪录。

大连老虎滩项目5月1日入园人次/收入较2019年同期增长120%/180%。

## “Z世代”渐成旅游消费主力

“今年‘五一’假期相较于此前春节等假期最大不同之处在于年轻人占比的增长。”一位旅行社负责人表示。

据飞猪数据显示,机票、酒店、民宿、门票、租车预定出行人次全面刷新历史峰值。携程“五一”黄金周总订单量同比增长约270%,较2019年同期增幅超过30%,酒店/机票/门票/租车较2019年同期单日预订分别最高增长70%/28%/449%/330%。受消费回流影响,高品质休闲游受到游客青睐,携程高星级酒店订单占比近40%、私家团订单量较2019年同期增长约230%。

据全国旅游监管服务平台监测数据显示,团队游团均人数14.67人,较2019年减少25%,小团游趋势明显。“Z世代”(“Z世代”是一个网络流行语,指新时代人群)在旅游消费中的地位越趋凸显,携程数据显示“90后”在“五一”出游人次中的占比约为37%，“00后”占比也已超过20%，两者合

计已占近6成。飞猪数据显示,“五一”假期出境游预订量同比增长超10倍,在出境游客群中,“00后”的占比提升速度最快。

同程数据也显示,在2023年“五一”假期的出游人群中,学生群体占比显著提升,以机票订单为例,该群体的占比从去年同期的25%左右提升至今年的30%左右。相比其他游客,学生群体出游更重视性价比,他们也带动了社交媒体上“特种兵式旅游”“沉浸式旅游”等年轻化的旅行方式的流行。

随着年轻群体占比不断增长,文旅产品的多元化需求也呈现井喷态势。携程数据显示,今年“五一”假期,携程平台上的酒店影音房预订量较2019年同期增长超4倍,宠物友好酒店预订量较2019年同期增长超2倍。带有“亲子”和“美食”标签的酒店预订量相比2019年同期均出现倍增。

## 消费提振跑出加速度

今年“五一”假期,人们积攒三年之久的出游热情被彻底释放,旅游热度创五年新高。人潮涌动间,折射出文旅经济强大韧性和内需活力,各地餐饮和住宿消费也跑出加速度。

据美团平台监测数据显示,“五一”假期前三天,全国餐饮消费规模较2019年同期增长92%,有部分餐厅重新出现了排队等候超1000桌的火爆场面。其中,淄博烧烤延续了“一串难求”的高热度,成都吼堂老火锅更是创下单日最高近3000桌、翻台达9轮的纪录。此外,以美食特色凸显的江门、柳州、乐山、潮州、汕头等旅游城市,假期中从早餐都开始了排队等候。

据商务部发布的数据显示,全国重点零售和餐饮企业销售额同比增长21.4%。其中,重点餐饮企业销售额同比增长了36.9%。在线平台数据也显示,接近四成的游客会因为美食而旅游目的地,国内餐厅堂食的线上预订量与2019年同期相比增长了200%以上。因此,选择一座城市开启“味蕾之旅”,已经成为了年轻人假期旅行的新选择。

除了餐饮业之外,“满房”“价高”成了住宿行业的关键词,很多热门城市在节前已经一房难

求。据美团和大众点评的数据,假期前三天,长线旅游的住宿订单量比2019年增长超过40%。其中,云南的德宏地区的住宿预订量比2019年增长4000%。新疆的喀什、伊犁和甘南的住宿预订量增长约1500%。威海、日照、福州、台州、汕头、泉州等海边城市,“五一”期间民宿预订量也比2019年同期增长了4倍以上。

以湖南省为例,“五一”假期前三天,湖南全省407家住宿单位接待住宿游客20.97万人次,同比增长72.18%,实现营业收入9670.85万元,同比增长103.05%,纳入监测的住宿单位的客房累计出租率为85.21%。

另据统计,假日前3天,内蒙古鄂尔多斯市东胜区、康巴什区,乌海市,乌兰察布市察右后旗以及阿拉善盟左旗星级饭店和旅游民宿入住率均达到了100%。

特别值得关注的是,与报复性出行对应的是报复性收割。“五一”假期前后,许多酒店和民宿都集体涨价,其中有的价格比2022年全国星级酒店均价高出十余倍,甚至出现“被取消订单”“强迫补差价”等消费事件,让许多原本享受愉快之旅的游客心生不满。

## 节后旅游业仍有巨大潜力待释放

“今年‘五一’假日旅游市场继续春节以来‘高开稳走、加速回暖’的态势,按可比口径,出游人次和旅游收入首次全部超过2019年同期数据,旅游业迎来了从市场复苏到高质量发展的战略转折点。”中国旅游研究院院长戴斌说。

“2023年五一旅游市场的消费特点,首先体现在长线出行需求的强烈释放。长线出行也会带动‘吃住行游购娱’一整条产业链的繁荣复苏——旅游对于整个线下消费来讲,属于‘牵一发而动全身’的火车头,诸多产业因此受益。”携程研究院战略研究中心主任彭涵表示。

同程研究院相关负责人介绍,按照过去的市场经验来看,春运往往是一年中交通客流量最高

的时段,但今年“五一”假期,国内游客集中出游,整体出行市场客流量超过了春运高峰日。与此同时,“五一”客流更集中于休闲旅游市场,巨大的客流量同样带动了酒店、景区等消费规模。

去哪儿大数据研究院副院长郭乐春表示,今年旅游业需求端仍有巨大潜力待释放,端午、暑期、十一将迎来一波又一波的高峰。

中国社科院旅游研究中心特约研究员、新时代文旅研究院院长吴若山认为,各地必须继续加大业态创新供给,实施更为精准的品牌营销和个性化的旅游品牌塑造,持续升级服务水平,如此才能使旅游释放更多活力,更好实现旅游消费对经济增长的促进作用。