

转折之际 重构之时

2023年五一 假日旅游市场特别评论

戴斌

春节过后，全国疫情总体继续保持平稳态势，卫健、交通、文化和旅游节前密集发布的政策都指向一个共同的目标，繁荣市场、保障供给，努力营造一个安全、有序和高品质的旅游市场环境。外交部宣布自4月29日起，所有来华人员可以登机前48小时抗原检测代替核酸检测，航空公司不再查验登机前核酸检测阴性证明，这意味着此前所有与新冠疫情相关的入境障碍全部消除。多年以后回顾历史，2023年劳动节假日之于旅游业的转折意义可能看得更加清晰：共和国已经实现了第一个百年梦想，意气风发地走在全面建设社会主义现代化国家的大道上，每个人都为了美好生活而努力工作，在难得的五天假期里合家出游、自驾远行。我们会因为四面八方来天安门看升旗的小学生齐行队礼、游客与市民在南昌八一广场高唱国歌而热泪盈眶，也会因为在景区和街区与绿青蛙的不期而遇、与熊猫界的社牛担当西直门三太子的相视一笑，在朋友圈里晒出小而确切的幸福，也会秒变段子手去吐槽高速公路的拥堵和景区的人从众。这个假期有太多的开心时光，也有那么一点小遗憾，刚刚好，一切都是正常生活该有的样子。

01

旅游战疫取得了决定性胜利，旅游经济迎来了从市场复苏到高质量发展的战略转折

2023年劳动节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。据文化和旅游部官网消息，假日旅游市场总体呈现前高、中热、尾翘，安全、平稳、有序的特征，游客满意度、企业获得感、行业信心和国际认可度均创新高，无重大涉旅安全事故和负面舆情。劳动节假日五天，全国国内旅游出游2.74亿人次，同比增长70.83%，按可比口径恢复至疫前同期的119.09%；实现国内旅游收入1480.56亿元，同比增长128.90%，按可比口径恢复至疫前同期的100.66%。游客满意度达82.1，较去年同期提升2.1，再创新高。出入境市场也在稳步有序复苏中，海内外涉旅舆情均以正面为主。

这个假期，游客走得更远了。劳动节假日期间，游客平均出游半径180.82公里，同比增长81.59%；目的地平均游憩半径15.98公里，同比增长167.16%。跨省游客比例达24.50%，较去年同期提高15.5个百分点；83.47%的游客出游距离在100公里以上，占较去年同期提高9.73个百分点。国内机票量价齐升，去哪儿网机票预订数据和百度地图经纬度数据显示，今年劳动节期间全国Top50热门航线平均飞行直线距离与2019年相比增加了93.2公里。从北京、上海出发的前十大航班目的地，平均距离在1700公里左右。北京、天津之间的往返高铁票节前就已经售罄，上海发往全国车站的车票首次全部售罄。相对于飞机和高铁出行，更多游客选择了给我一条公路，自驾远行。根据交通运输部数据，4月29日交通流量突破历史峰值，国道和省道日均断面交通量同比2022年增长约31%-40%。跨省游、长线游和出境游的比例创下过去五年劳动节假日旅游市场新高，中国旅游研究院专项监测显示，广东、江苏、山东、河南、四川、安徽、湖北、湖南、浙江和陕西游客出游人数居前，合计出游人数占全国出游总数的57.98%；广东、江苏、山东、四川、河南、浙江、安徽、湖北、湖南和陕西接待游客人数居前，合计接待游客人数占全国接待游客总数的61.44%；副省级以下城市中，成都、广州、西安、武汉、深圳、杭州、长沙、郑州、南京和苏州游客接待人数领先，接待游客人数占全国游客总人数的16.37%。相对而言，西北、东北等地游客人数不足，海南热度不高，远离主要客源地、偏远地区的传统旅游目的地客流明显不饱和。儋州、金昌、黑河、玉树、怒江、嘉峪关、伊春、鹤



全媒体记者 罗俊杰 摄

岗、双鸭山和大同等地游客相对偏少，排名居后的50个城市接待游客人数合计仅占全国各地接待游客总人数的1.29%。

这个假期，游客停得更久了。专项调查显示，假日期间一日游游客占比较去年同期下降6.0个百分点，停留2天以上的游客占比则提升了9.55个百分点。江苏无锡的乡村游订单超过2019年同期的37%，其中停留3天以上的订单占比较2019年提升了123%。随着散客化和智慧旅游的发展，游客在目的地城市的出行更加依赖公共交通系统。公车、地铁、出租车、共享汽车、共享单车等目的地交通方式的多样化和基础设施的完善性，让游客在目的地可以像当地人一样自由活动。从旅游消费结构上看，餐饮、购物、通讯和文化参与等活动，更多发生在景区度假区之外的商业环境和日常生活场景，并对本地居民的常态消费形成了叠加效应。事实上，能让游客长时间停留并重复访问的，从来都是可以共享的美好生活及其背后便捷的交通体系、完善的基础设施和公共服务、现代化的商业环境和高品质的服务。这个假期再次证明了主客共享的大众旅游新阶段已经到来，旅游工作的重心进一步转移到城市后，必然要求旅游目的地规划、建设、运营和推广重心要从美丽风景到生活场景。

这个假期，游客玩得更有文化了。近年来艺术、科技与旅游的融合，有力推动了假日旅游市场的内容创造和场景营造，创造了更多有借鉴意义和推广价值的文化和旅游深度融合场景。中国旅游研究院在节前发布的《杭州城市书房》《二分明月忆扬州》《长恨歌》《桐庐山水艺术季》等10项艺术与旅游融合经典案例，引起旅游市场的广泛关注。专项调查显示，72.53%的游客参与了两项以上文化活动，同比提高6.63个百分点。北京延庆等地草莓音乐节、山东烟台的迷笛音乐节、常州太湖湾音乐节、乌镇之春艺术展、最闽南泉州本地生活嘉年华、云南摸你黑狂欢节，让这个假期不仅人间烟火气的烤串，更有传统民俗与新潮艺术相结合的时尚，还有音乐、戏曲、舞蹈和氤氲的书香。迪士尼、环球影城、欢乐谷、海昌海洋公园、长隆、银基、方特等主题公园和度假区融入了更多的科技元素和文化内涵，培育了文化和旅游深度融合的新场景。哈尔滨极地公园数千名小学生入园参与企鹅、白鲸、北极狼等海洋动物的研学课程，让我们看见了书生意气的研学，也看见了家国天下的旅行。世界那么大，我要去看看，游客遇见了让世界看见/我们看见的世界的艺术，读万卷书，行万里路，阳光便洒满了万千行者的旅途。这是看展式社交、国风汉服、围炉煮茶、音乐雅集的底层逻辑，也是中国式旅游该有的样子。

02

边吐槽边出游、紧张而有序的劳动节假期结束了，社会的提问和业者的反思还在继续

假期能再多些吗？面对热点景区的人从众车车车、攻城堵骆驼，网络舆情开始从花式吐槽转向对现行公共假日制度的理性探讨，比如调休的必要性、增加假期的可能性，以及带薪休假的落实。应当说，全年适当增加1-3天公众假期是有民意基础，也是具备经济社会发展条件的，建议全国人大及时启动《全国年节及纪念日放假办法》修订的专项调研工作。国家发改委、文化和旅游部等有关部委，认真倾听各方意见，在科学评估、政府仿真和压力测试的基础上，有效推进《国民旅游休闲发展纲要（2022-2030）》有关优化全国年节和法定节假日时间分布格局的任务落实工作。从根本上讲，节假日集中出游的解决之道在于落实带薪休假，让人民群众真正做到不仅我的行程我做主，而且我的时间也要我做主。这件事呼吁了多年，是拿出切实办法并列入考核督办事项的时候了。

景区免票有多远？景区是一个包含多种类型的相对宽泛的概念，价格主管部门并不会要求迪斯尼、欢乐谷、银基、长隆、海昌海洋公园这样的主题公园提出免费游览的要求，游客也没有免费乘坐交通游览工具、免费享受商品和服务的诉求。从国家发改委、文化和旅游部等部委发布的文件来看，降低门票价格的政策指向一直都是利用全民所有的自然资源和文化遗产发展起来的国有景区。鼓励有条件的国有重点景区门票下调价格，让老百姓玩得起，是既定的宏观政策和微观监管的价值取向，也是未来景区的发展方向。具有城市公园性质且地方财政能力强、治理水平高的景区如杭州西湖、桂林象鼻山，景区免费模式的社会经济效益已经实现或者正在显化。山东省和黄石市正在就景区门票减免做政策评估，应该会越来越机制化并趋于完善，让更多的本地居民和外来游客分享旅游发展的成果。如何兼顾游客、居民、社区和城市发展的利益诉求，需要景区和价格管理部门更多的智慧和耐心，但是大的方向不会改变。无论如何，不能把美丽风景都圈起来收门票，更不能为了收门票而将沿线的风景用幕墙遮挡起来。

（未完待续）

来源：中国旅游研究院
（文化和旅游部数据中心）