

强势复苏!

新华社北京5月5日电 携程与新华财经5日联合发布的2021“五一”旅行大数据报告显示,“五一”黄金周国内旅游市场强势复苏,熟悉的“人从众”模式再度回归。

订单量同比增长约270%

今年“五一”连休5天,消费者长途出行需求得以释放。数据显示,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%。

北京、上海、广州、杭州、成都、西安、南京、重庆、武汉、长沙入围“五一”黄金周十大热门旅游城市。值得注意的是,一众风景美丽的城市在这个假期崭露头角,对比2019年的订单量,荆州、连云港、汕头、湖州、大同、洛阳、淮安、张家界、济宁、日照入围今年“五一”黄金周热门排名增速最快的目的地城市。

数据显示,在携程“五一”酒店订单中,高星级酒店占比近四成,滨海度假酒店、市郊度假酒店以及主题乐园酒店成为消费者的“心头好”。

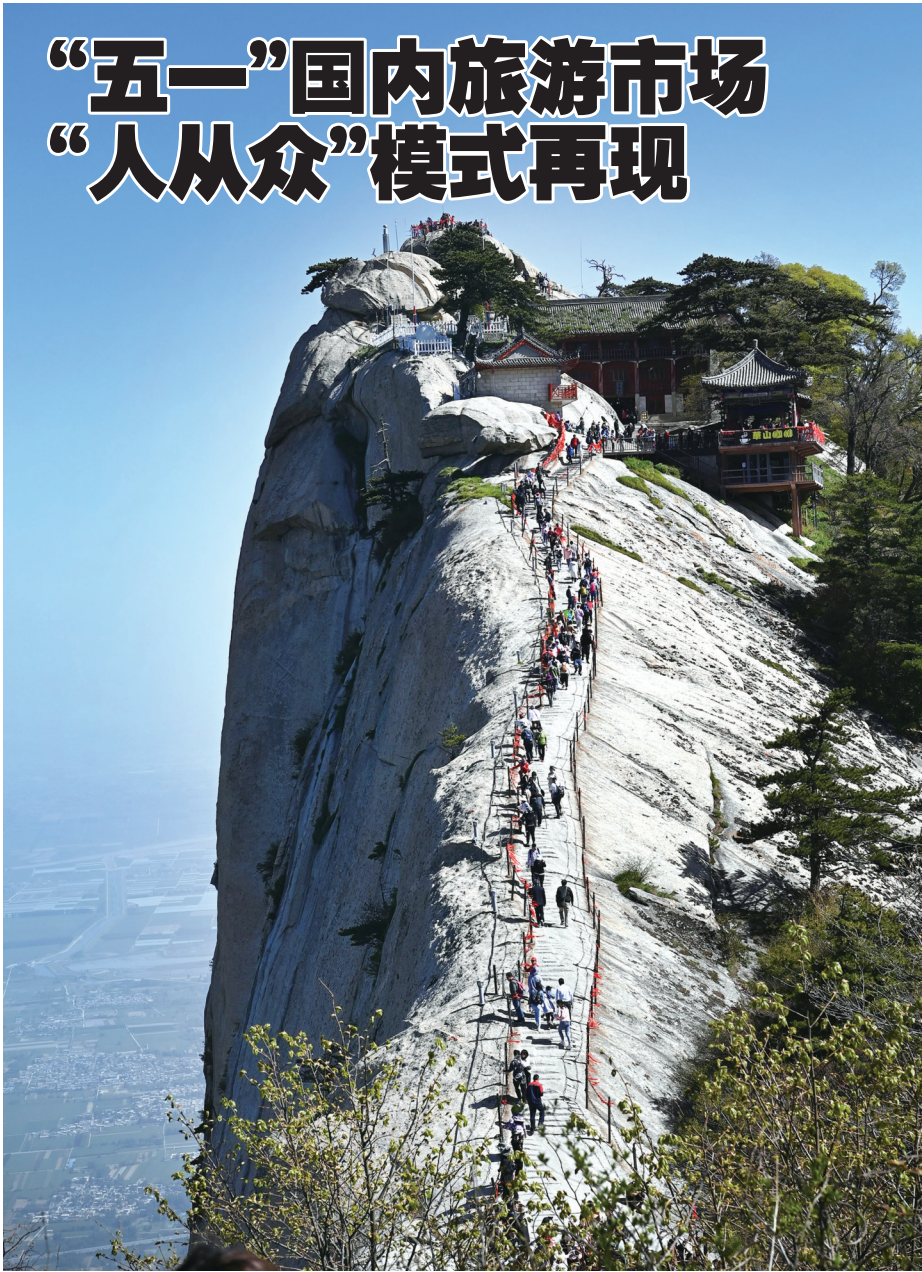
今年“五一”,消费者跨省出游意愿强烈,携程机票单日订单量较2019年同期最高增幅约28%。

在假期全国高速免费通行政策的影响下,今年“五一”租车市场同样迎来一轮爆发,对比2019年同期,携程租车单日订单量最高增幅约330%。三亚、成都、海口、上海、西安、重庆、昆明、广州、贵阳、大理为今年“五一”十大租车热门目的地。

受消费者出游模式转变以及近期热门影视剧、综艺带动,今年“五一”乡村旅行愈发火热。翡翠湖所在的青海茫崖市、怒江第一湾所在的云南贡山县以及位于西藏那曲市的班戈县入围“五一”黄金周热门排名增速最快的乡村旅游目的地。



“五一”国内旅游市场 “人从众”模式再现



80后和00后的出游偏爱有什么不同?

今年“五一”,“90后”在出游人群中占比达37%,成为出游主力;“80后”位列第二,占比27%;“00后”在这个“五一”黄金周中表现不俗,占比21%,旅游消费直追“80后”。

在“00后”所青睐的热门景区中,华山位列第一,圆明园、颐和园、拙政园紧随其后,主题乐园类景区仅有上海迪士尼度假区入围前十。对于这一代年轻人来说,既要拥有历史文化的厚重感,也要参与体验感强、挑战性高的玩乐项目。

而“80后”偏爱的前十大热门景区有六席为主题乐园类景区,分别为:上海迪士尼度假区、上海海昌海洋公园、长隆野生动物世界、珠海长隆海洋王国、北京欢乐谷、中华恐龙园。可见,“溜娃”才是“80后”小长假中的头等大事。

通过关键词搜索则可以发现更多差异之处。在“00后”的关键词搜索中,“小吃”“夜市”“奶茶”“打卡”“地标建筑”位列热度前五;而“80后”的关键词则是“景区”“三亚”“自驾线路”“酒吧”“长隆”等。可见,年轻人更加偏爱碎片化的旅游体验。

音乐节、夜游、红色旅游等新趋势不断显现

当旅游消费场景渐渐由“日”向“夜”,在热门旅游城市之中,重庆、长沙、广州成为夜游代表城市。其中,重庆两江游、湘江游轮橘洲之星、珠江夜游等玩乐体验广受消费者青睐。

受出境游消费回流影响,“五一”小长假品质休闲游趋势更为显著。携程私家团在订单量较2019年同期增长约230%,其中,北京、桂林、贵阳、三亚、呼和浩特、西安、银川、张家界、丽江、厦门为私家团十大热门目的地。同时,经验丰富的当地向导也为游客带来诸多全新玩法,“五一”假期携程当地向导预订量较2019年同期增长120%,陕西、青海、四川、广西、贵州、云南、福建、湖南等地当地向导预订量较高。

随着年轻力量的崛起,音乐节也成为主流度假方式之一。来自携程社区的数据显示,4月1日-4月20日,关键词“音乐节”搜索量环比提升近一倍,较2019年同期提升近五成,2021北京草莓音乐节、2021上海草莓音乐节、2021海南万宁M _ DSK音乐节拥有较高关注度。

值得一提的是,红色旅游在今年“五一”也是热门之选。数据显示,“红色旅游”关键词在“五一”期间环比提升约7倍。与2019年同期数据相比,携程红色旅游景区订单量实现约375%的增长,圆明园、中山陵景区、中国国家博物馆、天安门广场、狼牙山等为热门红色旅游景区。

今年“五一”是自疫情以来旅游市场最为火爆的公众假期,熟悉的“人从众”模式再度回归。随着国内疫苗接种加速普及,后续旅游市场或将保持旺盛的增长势头,在接下来的暑假以及国庆假期,相信国内旅游经济会迸发出更为强大的活力。

玩转“新奇特” “Z世代”的“美好生活”你get了吗?

种草“国潮”忙打卡、跟着“盲盒”去旅行、潮玩音乐享不停……这个“五一”小长假,“Z世代”(一般指出生于1995年至2009年的人群)别具一格的度假消费新体验,勾勒出他们对“美好生活”定义的又一个侧面,也折射出我国消费复苏的强劲韧性和升级潜能。

位于四川省广汉市的三星堆遗址,以前主要被一些历史文化爱好者追捧,今年3月因为震惊世人的考古新发现高光“出圈”,成为文旅界的新晋网红,“种草”大批年轻人。据了解,“五一”小长假前3天,三星堆博物馆累计接待游客6万多人,远超2019年同期游客量。

“五一”假期首日,三星堆新上两款青铜面具“娃娃头”冰淇淋,当天上午就被一抢而空。冰淇淋设计师俸世雄介绍,未来还会有青铜大立人、青铜鸟头等多款造型和多种口味的产品上市,让来三星堆的游客有看的、有吃的,还能发朋友圈。

在网红导流、直播打卡、盲盒开箱等高社交属性旅游推广新模式带动下,一批类似广汉这样的新兴“网红”城市,“小众”景点的热度明显提升。飞猪平台数据显示,西北西南“五一”热门旅游目的地“黑马”频出,西宁、乌鲁木齐、兰州和丁真家乡四川甘孜搜索热度同比分别涨超630%、500%、380%和510%。同时,年轻人喜爱的潮玩音乐、汉服体验、极客飞行等“新奇特”度假体验也广受欢迎。

“太嗨了,快被‘炸’晕了,要的就是这种感觉!”5月3日晚,成都融创文旅城热气球电音派对现场霓虹闪耀、声浪环绕,西安“95后”女孩小姚挥舞荧光棒随着节奏动感起舞。她头天专门赶到成都,和几个本地朋友约好一同参加这场假日潮流音乐聚会。

成都融创文旅城相关负责人介绍,为更好满足年轻人消费需求,这个“五一”专门推出了电音派对、滑翔伞飞行、气球嘉年华、滑雪公开课等多样化的游玩项目和沉浸式场景体验,让大家充分释放蛰伏许久的出行热情。

“95后”甚至“00后”正踏在消费的潮头浪尖,他们的消费规模和体量日益强大,这些消费新势力也必然成为商家在节假日期间的精准营销对象。”西南财经大学消费经济研究所所长张恩碧分析,年轻人重视多样化、品质化的消费体验,涌现出来的新业态各具特色。

在北京昌平青年造趣节,潮流运动发烧友纷纷体验滑板、轮滑和攀岩;在上海,国潮音乐嘉年华的舞台掀起时尚热浪,音乐爱好者尽享全方位的潮燃Live体验;在重庆解放碑等核心商圈及特色街区,华风巡游、名猫大展、二次元狂欢派对等潮流主题活动轮番上演……

“这一辈的年轻人物质世界更加丰富,知识视野更加广阔,也更崇尚个性、兴趣多元和喜爱社交。”中国消费经济学会会长杨继瑞说,有报告显示,“Z世代”群体规模达2.6亿人,不管是线上还是线下、度假还是日常,他们的消费主张都更加强调参与感和体验感。

以近几年火热的汉服为例,爱好者初期可能只是被其独特的古风装束所吸引,好看好玩就够了。但在当下一些资深汉服爱好者看来,华美的衣服背后还蕴藏着故事和文化,他们不仅讲究穿戴的精致,更追求设计的规范和搭配的准确。

“我们会研究衣着的样式、图案,以及簪子、步摇、团扇、发冠等饰品的由来和演变。”“95后”汉服爱好者高妍说,穿汉服上街或者参加活动已经不是新鲜事,尤其是汉服从一个小众爱好出圈成为大众关注点之后,很多人愿意围绕它做一些更深层次的事情。

企查查数据显示,近几年我国新增注册汉服相关企业数量逐年上涨,尤其是2019年猛增900家,目前已达到2000多家。武汉、西安、杭州、成都、广州、苏州、上海、合肥、南京等地汉服企业分布较多,发展成为新兴产业。

杨继瑞认为,当代年轻人个性化、多元化等标签的背后,其实是自我价值实现的消费态度,以及对“美好生活”的全新定义,并且渐渐地将视线投向了传统文化和本土品牌,助推一些小众兴趣爱好发展为大众消费热点,“考古文旅热”“国潮热”都是代表性的市场风向。

消费新生代正在崛起,消费新势能也正在集聚。受访专家建议,无论是政府制定消费政策,还是企业的经营决策都要高度关注这一代人的代际特征,满足他们的新需求。把握住这一代人,就把握住了未来中国消费的基本盘。

/新华社记者 胡旭 熊琳 陈爱平 报道