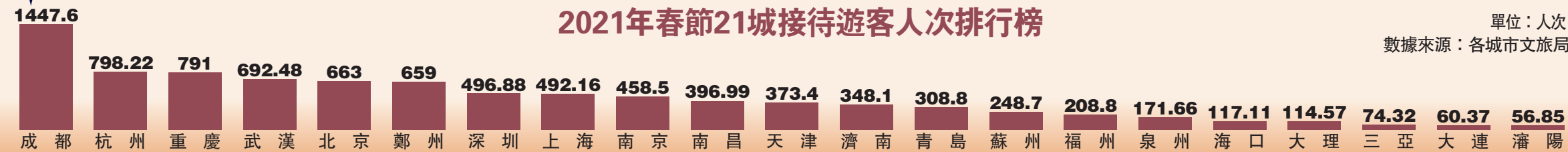


2021年春節21城接待遊客人次排行榜



單位：人次
數據來源：各城市文旅局

門票訂單三倍增 酒店房價翻幾番 本地遊火爆 旺丁又旺財

「就地過年」成今年主流趨勢，點燃就地旅遊熱潮。攜程、去哪兒等多個在線旅遊預訂平台數據顯示，今年春節假期本地遊「出圈」，酒店度假趨勢明顯，本地門票訂單量增長超300%。有酒店負責人接受大公報記者採訪時直言，這種熱度「超出我們預期」。內地經濟學家宋清輝表示：「顯而易見，『就地過年』利好本地遊。」

大公報記者 倪夢環 孔雯瓊上海報道

「宅酒店度假」成熱門，大公報記者於春節前夕的工作日，來到位於上海松江的佘山世茂洲際酒店，這裏地處國家風景區佘山腳下，酒店坐落在天馬山深坑內，海拔負88米，是一座炙手可熱的「網紅」酒店。雖是個工作日，但酒店停車場內也停滿了客人的車輛，僅餘極少空位。拉着行李的遊客在酒店前台區域大排長龍等待辦理入住，很多都是攜家帶口，一家子有老有少。

遊客訂三套房 全家齊度假

來自上海市中心的遊客曹先生向記者表示，因為就地過年不離滬，所以選擇來上海郊區的度假型酒店，這次不僅帶了放寒假的孩子，還邀請家中長輩一起過來，一口氣訂了3套房。

近郊度假型酒店率先感受春日暖風。攜程數據顯示，郊區度假型酒店更受青睞，類似佘山世茂洲際酒店、崇明金茂凱悅酒店、朱家角皇家鬱金香花園酒店都人氣大旺。

上海佘山世茂洲際酒店業主副總經理胡承道接受記者採訪時表示，「今年很多人響應『就地過年』號召，沒有離開上海，遊客會分散到上海各個郊區的新城，類似松江等地。」他亦指出：「之前客人中很多是浙江、江蘇甚至從北方來到上海的，但今年春節期間預訂酒店的以上海客人為主，90%以上都是上海本地客人。」

近郊及主題樂園酒店受歡迎

「品質升級」成關鍵詞，驢媽媽旅遊網發布的《2021春節就地過年出遊盤點報告》顯示，春節期間主題樂

園酒店、城市近郊星級品質酒店的需求較為旺盛。高星品質酒店、主題樂園酒店預訂量同比漲80%。攜程數據顯示，春節期間高星酒店（4星、5星）訂單佔比約60%，高星酒店入住訂單平均價格為2906元（人民幣，下同），1月入住訂單平均價格為714元，增幅約為407%。

就地過年也令景區熱度高漲，酒店周邊小而美的景點亦人氣旺盛，類似植物園、動物園、博物館、主題樂園的本地遊熱度均有漲幅。並且各地政府、各大景區紛紛推出「0元票」、「免費遊」等惠民政策。在線上旅遊平台也推出各類本地遊營銷活動，通過大額補貼、爆款直降等方式鼓勵用戶在本地過年。攜程門票數據顯示，春節7天通過攜程平台預訂景區門票的訂單與2019年春節比較，增長了五成以上；本地預訂門票的訂單量比2019年春節增長超過300%。

寫福字包餃子 與遊客過年

另外，為了讓宅在酒店裏的遊客更有過年的氣氛和儀式感，部分酒店推出了豐富的年俗體驗活動。佘山世茂洲際酒店今年春節期間就安排了舞獅表演、非遺活動等。外灘悅榕莊為滿足春節家庭度假時光，還推出親子活動產品。如位於浙江湖州的安吉帳篷客酒店推出了砸金蛋、包餃子、寫福字、放河燈和篝火派對等一系列春節活動，受到遊客一致好評。

談及未來，中旅聯盟建議稱，疫情防控常態化下，酒店業需要藉此機會重新定位和開發自己的客群，依據市場變化調整完善自己的產品，才能保持持久的競爭力。



▲在2021年春節7天假期，據上海旅遊大數據監測，上海實現旅遊收入56.65億元。

2021年春節期間酒店預訂前十城市



數據來源：攜程旅行

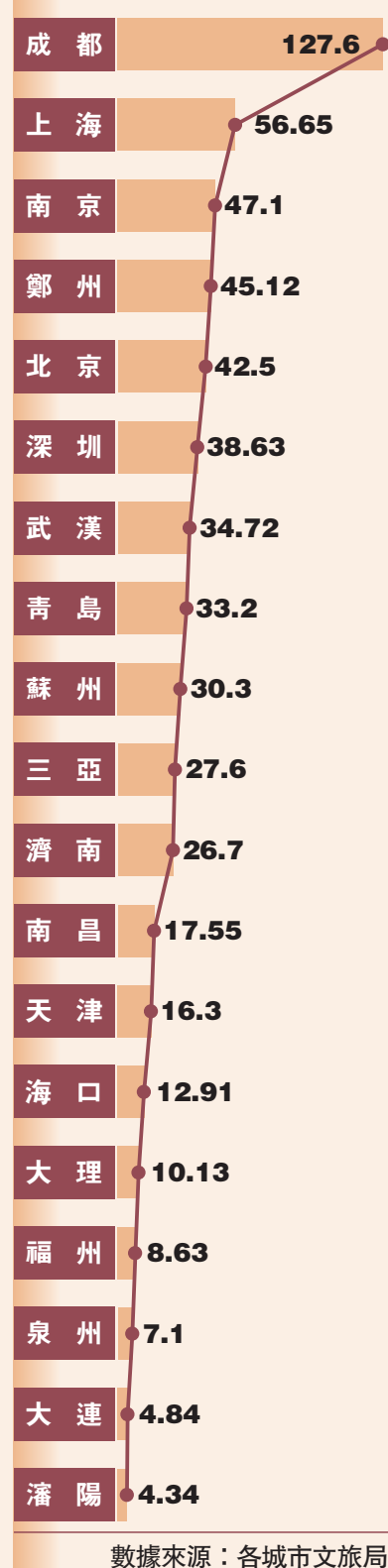


▲上海松江的佘山世茂洲際酒店一景。大公報記者 孔雯瓊攝



▶各間酒店都可見到遊客排隊登記的景象。大公報記者 孔雯瓊攝

2021年春節旅遊收入排行榜



數據來源：各城市文旅局

文旅業迎三大變化

蛻變契機

隨著疫情防控進入常態化，內地旅遊業態亦隨之出現變化，從清暉智庫統計，在搜索引擎搜索量中，本地遊搜索量佔比約50%，由此可見，本地人遊本地，本地短途遊或成寵兒。業內專家在接受大公報記者採訪時稱，這不僅使得旅行社業務重心出現變化，更有望促進整個旅遊業態出現全新的趨勢。

內地經濟學家宋清輝向大公報記者表示，今年的「就地過年」政策或將催生文旅業發生三大新變化，一是文旅市場將面臨全新的客源挑戰，比如由於市場需求陡增，春節期間「一房難求」，可能會在所難免；二是文旅市場的客群或將以本地遊客為主，如何對文旅產品進行別出心裁的設計包裝，滿足人們「就地過年」的新需求，也是一項重大命題；三是各個景區可能會開發出更多的適合過年的產品，滿足日益挑剔的人們「旅」和「遊」的現實需求。

「旅行企業或會在疫情防控常態化中摸索出新出路。」宋清輝稱，例如在機票大幅度降價的情況下，大眾的出行需求也可能會發生趨勢改變。民眾反而會更願意出行，帶來人員流動的反作用，這也是有可能出現在春節的特有現象。據清暉智庫統計，全國多地返鄉機票價格均呈大幅下降態勢，大部分降幅超過50%。

此外，攜程研究院戰略研究中心副主任張致寧介紹，在國家和地方有關部門相繼發布「就地過年」的倡議後，攜程本地出行熱搜量佔比超40%。全國多地本地訪問量均大幅上漲，其中上海本地訪問量增幅超過60%，位居全國第一。旅遊細分市場方面，一個明顯的趨勢是「酒店度假」品質顯著提升，近郊度假酒店更受消費者青睞，全國多地一房難求。

據市場需求的變化，攜程今年春節期間的產品重心轉移到本地周邊主題遊上，主打租車+精選酒店+戶外活動，為消費者提供更多「暢享自然，運動過年」的主題類春節旅遊產品，全方位滿足用戶旅行消費升級的需求。



▲浙江杭州，遊客排隊進入靈隱寺景區遊覽。

滬樂園春節無休 擊鼓祈福添喜慶

樂此不疲

依託本地遊的崛起，上海眾多樂園也成為度假假期的好去處。不僅迪士尼推出眾多活動，例如套票85折，上海多家樂園開啟迎新時刻。記者來到上海藍精靈樂園，這座同樣是以世界知名IP為主題的樂園，1月的遊客同比增長數據達到73%，「我們希望大家提供一個安心的、有味道的遊玩去處。」上海世茂精靈之城主題樂園項目負責人樓旋對大公報表示。

在藍精靈樂園中，有不少親子家庭前來。「今年大家都選擇留滬過年，去哪裏尋年味是大家比較關注的話題。」樓旋坦言，春節假期，藍精靈樂園也正常開園，而新春主題活動「精靈五福鬧新春」已開始，這也是今年春節特設活動，尤其針對親子家庭，戶內外設置多個藍精靈新年打卡點。

「園內一共布置2021個福字，遊客可以掃碼參與蒐集藍精靈福卡互動，還可以贏取藍精靈新年限定利是封。」樓旋介紹，為了豐富活動，每天下午二時卅分，園內會舉行藍精靈花車巡遊、新年國潮快閃表演等，在戶外深坑秘境樂園，今年還準備6場新年擊鼓祈福儀式。「並且，我們藍精靈樂園新年期間停車場是免費的，那大家自駕出遊也是很便利的。」

樓旋透露，同比去年，「我們戶外深坑秘境樂園和室內藍精靈樂園，今年1月份的遊客人數增長近73%。」樂園一直注重疫情防控，所有入園的遊客都需要戴好口罩、檢票前測量體溫、出示隨身碼。園內的遊樂設施每天定時進行消毒，幾個餐廳也是遵守「一客一換一消毒」，衛生間的保潔也是做到「客人即走即消」的防護，做好安全保障。

2021年春節期間最愛宅酒店城市



數據來源：同程研究院

達人挖掘小眾景點 酒店轉攻家庭遊客

全新體驗

「我們已經開始本地遊了，這次給我最大感受的就是，覺得花不多的錢可以享受從前的頂級奢華了。」旅遊達人孔同這樣表示，他早就帶着孩子開啟了本地「連續遊」。在他看來，如今上海本地遊的場所均防疫措施嚴格，同時，由於控制客流，反而會帶來更好的體驗度。

孔同給記者展示自己今年的本地遊路線，酒店一日遊、夜遊博物館……「還把我20年前剛工作時想住的酒店都給住了一遍，現在還準備發掘幾個比較小眾的上海本地遊，之前秋天已經看好了復興島、天馬山等，寒假也可能帶娃都去走一遍。」她說，通過今年本地遊，體驗了很多過去只是仰望，現在終於有機會實現的地標，「今年有個特點，就是本地酒店都開始注重親子家庭了，還有很多折扣，因為出差客人變少，都開始吸引本地遊客了。」

為了提供更好服務，深坑酒店員工李彩虹告訴記者，今年過年沒有回家，「已和家人溝通，也克服了很大心理壓力，我覺得作為服務行業的人，還是有所犧牲的，我們留守也是為了保障這裏所有遊客、工作人員，大家一起過個平安年。」



▲本地需求成為助推上海文化和旅遊高質量發展的新動能。



▲遊客經過一輪遊玩後，可以安坐酒店內聚餐。大公報記者孔雯瓊攝