



春節國內遊恢復至疫前近九成

出境遊訂單暴增640% 港澳遊熱度最高 東南亞亦成大贏家

香港文匯報訊(記者 江鑫嫻 北京報道)今年春節假期,內地多項旅遊數據強勁復甦。文化和旅游部27日發布消息稱,經測算,今年春節假期全國國內旅遊出遊3.08億人次,同比增長23.1%,恢復至2019年同期的88.6%;實現國內旅遊收入3,758.43億元(人民幣,下同),同比增長30%,恢復至2019年同期的73.1%。另外,內地多間在線平台報告顯示,春節期間,旅遊行業率先恢復,激發各地市場活力。其中,攜程數據顯示,國內外旅行訂單均迎來3年巔峰,整體較2022年春節增長4倍。消費方面,美團數據顯示,假期前6天,日均消費規模比2019年春節增長66%。

今年春節假期,文化和旅遊產品供給豐富。內地10,739家A級旅遊景區正常開放,佔全國A級旅遊景區總數的73.5%。文旅部、國家體育總局聯合發布「春節假期體育旅遊精品線路」,開展新春旅遊休閒推廣活動。北京、天津、河北聯合推出10條京津冀主題旅遊精品線路,舉辦京津冀冰雪旅遊季。演出、展覽、燈會、鄉村「村晚」等活動精彩紛呈。87個平台的160個賬號參與直播了「文藝中國2023新春特別節目」,直播觀看量2,715.41萬人次。全國共舉辦群眾文化活動約11萬場,參與人數約4.73億人次。據不完全統計,春節假期全國營業性演出共9,400餘場次,較2022年同比增長40.92%,比2019年增長22.5%,票房收入3.78億元,觀演人數約323.8萬人次。

各大景區「人從眾」 就餐等位是常態

各地舉辦了豐富多樣的迎春文旅活動。同時,多地聚焦「不夜城」特色,激發夜間消費活力。據數據監測,243個國家級夜間文化和旅遊消費集聚區客流量5,212.2萬人次,平均每個集聚區每夜3.06萬人次。北京八達嶺長城首次在春節期間對公眾開放。

各大景區「人從眾」,熱門餐廳等位長龍不斷,很多地方一房難求……這是春節假期不少內地民眾的感受。大年初二,江蘇南通的黃先生和朋友一起去揚州旅遊,為了吃上當地有名的早餐,6點就去排隊,到場時發現前面已有數百人

在等位。黃先生身邊不少朋友選擇春節出遊。大家都表示,不管是旅遊景點還是文博機構,都是人潮湧動,就餐等位更是常態。

內地各大線上平台數據亦顯示,今年春節旅遊市場交出3年以來最亮眼成績單。攜程27日發布的報告顯示,該平台上,春節期間國內外旅行訂單皆迎來三年巔峰,旅遊訂單整體較2022年春節增長4倍。

北上廣深等成港澳遊主要客源地

出境遊重啟,港澳遊率先迎回。春節期間,香港大眾點評必吃榜餐廳的線上訪問量環比節前增長近100%,旅遊景點訂單量同比去年增長456%,香港迪士尼樂園、香港海洋公園、澳門旅遊塔等熱度最高。據美團數據顯示,深圳、上海、北京、廣州、成都成為港澳遊的主要客源地。

另據攜程數據顯示,春節期間出境遊整體訂單同比增長640%,內地旅客預訂境外酒店訂單量同比增長超4倍,跨境機票訂單增長4倍以上。其中,東南亞成春節檔大贏家。曼谷、新加坡、吉隆坡、清邁、馬尼拉、巴厘島等成為最受中國旅客歡迎的跨國旅行目的地。

跨省酒店預訂量反超2019年春節

長線旅遊在這個春節強勢復甦。春節期間,攜程平台上跨省酒店預訂佔比近七成,預訂量反超



今年春節假期全國國內旅遊出遊3.08億人次,同比增長23.1%。圖為1月26日,遊客在天津古文化街遊玩時留影。新華社

2019年春節。去哪兒數據顯示,2023年春節期間平台上每位出行的旅客相較去年多走了400公里,出境機票更是同比2022年增長達6.7倍。國內酒店預訂間夜量達到歷史新高,其中連住3天以上的預訂更創歷史新高,平均入住時長同比增長3.6小時,相當於三分之一的遊客選擇比去年多住一晚,有效帶動目的地城市的餐飲、交通、娛樂消費。

假期前6天 日均消費較2019春節增66%

消費數據方面,據美團發布的2023年春節數據顯示,假期前6天,日均消費規模比2019年春節增長66%,北京、上海、成都、重慶、廣州等地消費規模居全國前列。異地消費較去年同期增長76%,與本地消費一起迎來強勁復甦,成為拉動經濟回暖的「雙引擎」。

香港文匯報訊 據新華社報道,隨著中國優化調整防疫政策,有序恢復中國公民出境旅遊,不少中國人選擇春節期間到國外度假,為多國旅遊業復甦帶來信心。分析人士指出,中國公民境外遊、中國春節消費潮等讓人們感受到經濟復甦的強勁動力,也更加深切意識到中國經濟向好的世界意義。

多國喜迎中國遊客到訪

為迎接中國農曆新年,世界知名滑雪勝地瑞士少女峰在纜車起始站布置了中國兔年裝飾和傳統紅燈籠等喜迎春節的飾物,並在歐洲海拔最高火車站「少女峰——歐洲屋脊」旁邊的冰山上展示兔子形態冰雕,以迎接中國遊客到來。「我們想給中國遊客一個特別的歡迎方式,因此在冰山上刻出了兔子,因為2023年是中國農曆兔年。我們還有很多其他表現中國元素的歡迎方式,這些都是我們第一次做。」少女峰鐵路公司管理人員凱斯勒說。該滑雪勝地一直非常重視亞洲市場,新冠疫情爆發前年均接待75萬人次亞洲遊客。凱斯勒說:「我相信中國市場有很大潛力,因此做了這麼多面向中國遊客的活動。」

荷蘭旅遊局形象大使、羊角村村長蓋比亦表示,中國遊客的到來,將有助於荷蘭旅遊業持續復甦。

在馬爾代夫,維拉納國際機場特意安排了噴射巨型水柱的「水門禮」,以高級別禮儀歡迎中國優化調整防疫政策後直飛馬爾代夫的首個航班。在這趟航班上,不少中國家長帶著放假的孩子出國遊玩。馬爾代夫旅遊部長毛素姆表示,中國遊客的到來將極大促進馬爾代夫旅遊業。

除夕前一天,中國優化調整防疫政策後首個赴埃及中國旅行團抵達開羅國際機場。埃及民航部長特別代表、埃及航空公司董事長葉海亞·扎卡里亞在歡迎儀式上說,埃及期待在埃及境內前往各個旅遊目的地的中國遊客數量不斷增多。

中國公民境外遊提振全球復甦信心



1月26日,遊客在哈爾濱伏爾加莊園玩雪圈。新華社



年初一「龍騰舞躍賀新春」活動,大金龍和醒獅在三大巴牌坊起步巡遊。資料圖片

載滿愛的後備箱

特稿

每年的春節返程高峰,汽車後備箱總能成為關注的焦點。三年疫情,很多人終於可以回老家好好過個春節,兩三年未謀面的親戚、朋友,也終於聚在一起。今年的汽車後備箱,或許又有些不同。

在廣州工作的周女士,今年春節隨家人返回江西老家過年,一家四口足足在老家待了8天。走親訪友,佔據了他們春節假期的絕大部分時間,兩口子樂在其中。大年初五,他們準備啟程返回廣州時,家鄉的各類土特產堆滿了客廳的角落,汽車後備箱根本無法塞下全部。

「土特產比城裏買的高檔禮品貴重多了」

周女士的愛人說,家鄉有的土特產,這次幾乎全部集齊了,包括兩隻走地雞、兩袋高安腐竹、4箱粉皮、5斤冬筍、5斤年糕、30斤江西米粉、5斤掛麵、3斤臘肉、4罐辣椒罐頭等,另外還有舅舅給的近百個土雞蛋、姑姑種的大蒜和白菜、老同學給的山茶油、花生等。

周女士說,過往春節也帶過一些親友送的土特產回廣州,但像這樣品種這麼多、數量這麼大的,還是第一次見。「這些東西看起來很『土』,但比在城裏買的高檔禮品貴重多了,很感動。」

周女士夫婦花了近1小時,試圖將這些土特產全部放在後備箱和副駕駛位,但仍發現只裝載了三分之二左右。最終,他們不得不把部分粉皮、腐竹和米粉留在老家,甚至一些在廣州不常用的厚衣服,也不帶回廣州,以此騰出部分空間。

「這些東西,夠我們一家吃一個星期了。它們都是家人、親戚和老同學們對我們的厚愛,我們希望把這些愛,都帶回廣州。」周女士說。

香港文匯報記者 敖敏輝 廣州報道



農村消費潛力或被低估

後疫情時代,刺激消費被認為是恢復經濟的重點。過往刺激消費的着力點,往往放在城市。此次從廣州返回江西老家過年,我有一個深刻的體會,農村地區的消費潛力,或許亦應該被重點激活。

過年期間,我受邀前往一個老同學家中做客。不少村民和附近親友正在參觀他們剛剛入住的三層洋房,空調、洗衣機、冰箱、熱水器、豪華中式大床、中式屏風等,城市居民家中有的家電傢俬,他們家應有盡有。老同學父親孫叔說,房子整體花費近100萬元(人民幣,下同),房屋主體框架大概花了30萬元左右,餘下60多萬元則用在裝修。

儘管如此,孫叔仍不太滿意。他說,好的裝修師傅都去城裏打工了,鄉下的師傅手藝不太好。買來的家電、傢俬,特別是一些特色修飾品,快遞無法直接送到村裏。另外,一些較高品質的材料,也都要進城採購。

孫叔所述屬實。據我了解,這些年,我們周邊幾個鄉鎮都迎來了建房高峰。在農村,建房容易裝修難,村民反映最多的問題是裝修材料差、裝修師傅水平不夠,門窗、水電等工程,返工的比例不小。

事實上,我和父親也受困於此。10多年前建的房子,牆體部分有裂縫,門窗安裝後沒多久就出現嚴重的質量問題。我們想重新裝修一番,但苦於找不到合適的師傅。農村是人情社會,而周邊的裝修師傅是熟人,父親也礙於情面,難以下決心另請他人。

孫叔說,如今的村民見識廣了,收入提高了,以往城市淘汰的那些粗製濫造產品,在農村已經沒有市場了。汽車消費,如今在農村地區也越來越普及。我所在村約70戶,除去那些通過求學或者購房入戶城市的村民,全村擁有私家車約50輛,其中不乏BBA(奔馳、寶馬、奧迪)等豪華車。據我了解,正準備購車或者換車的村民,不在少數。

房地產和汽車,往往是大城市支柱產業,或者刺激消費的重點領域。這些年通過我的觀察發現,農村地區同樣如此,但相關配套遠落後於城市,這或許和政策決策者生活在城市,或者守舊的認為農村消費力低,這導致政策難以照顧到廣大農村。接下來,如何照顧到農村居民、刺激農村消費,或許應該是制定政策的一個重要着力方向。

復常日記

2023年1月27日

農村消費潛力或被低估

敖敏輝



孫叔家中的豪華裝修。香港文匯報記者敖敏輝 攝