

春節假期中國遊客足跡遍布115國

國內遊出境遊多點開花 同比均大幅增長

香港文匯報訊（記者 江鑫嫻 北京報道）這個春節假期，內地文旅行業迎來新一波熱潮，旅遊已成民眾感受美好生活的剛需。多家在線旅遊平台17日發布報告顯示，這個假期，國內遊、出境遊、入境遊多點開花，同比均大幅增長，多項指標均超2019年同期水平。其中，攜程數據顯示，春節假期，國內景區門票訂單同比增長超六成，境外景區門票訂單較2019年增長超130%；旅遊消費升級趨勢明顯，門票玩樂訂單均價同比翻番，定製遊人均價格同比增長兩成。去哪兒數據顯示，春節假期中國遊客足跡遍布全球115個國家，覆蓋全球1,754個城市，國際機票預訂量高達14倍。



◆春節假期中國遊客足跡覆蓋全球1,754個城市。圖為2月10日，中國遊客在埃及開羅國際機場舉行的「歡迎中國遊客來埃及過大年」儀式上合影留念。

春節假期部分平台文旅消費數據

- ◆截至2月17日19時，全國電影票房超80.3億元人民幣，總出票1.62億張。（燈塔專業版數據）
- ◆跨省遊訂單佔比57%，同比去年翻番增長。定製遊訂單均價約2.8萬元，同比增長24%；人均5,300元，同比增長21%。（攜程數據）
- ◆國內門票玩樂訂單均價400元以上，較去年春節翻番，境外千元以上訂單量達2019年的2.7倍。（攜程數據）
- ◆中國遊客的足跡遍布全球115個國家，國際酒店預訂量同比去年增4.7倍，國際機票預訂量高達14倍。（去哪兒數據）
- ◆中外遊客「雙向奔赴」，出境遊、入境遊訂單均超過2019年同期，尤其入境遊較2019年增長48%。（攜程數據）
- ◆生活服務業實現「開門紅」，日均消費規模同比增長36%，較2019年同期增長超155%。（美團數據）

整理：香港文匯報記者 江鑫嫻

各大家區、文博機構預約難，熱門餐廳等位長龍不斷……這是春節假期不少內地民眾的感受。「我和父母特地去南京看秦淮燈會，雖然到處都是人，吃飯住宿都很緊張，但現場觀看確實挺震撼的，有一種穿越的感覺。」江蘇南通的高中生黃同學大年初三到南京開啟古都「穿越」之旅。同時，她還通過不斷刷票「搶」到了侵華日軍南京大屠殺遇難同胞紀念館的門票。「這是一段所有中國人都應銘記的歷史。通過參觀我真切感受到和平的來之不易，也理解了『吾輩當自強』的精神內涵。」她說。

旅遊正成新年俗 南北流動趨勢顯

各大平台數據顯示，今年春節旅遊市場交出了亮眼成績單。攜程研究院認為，旅遊正成為新年俗，不論是異地旅遊過年，還是本地遊重新認識家鄉，旅遊已經是老百姓感受美好生活的剛需。以春節為起點，出入境旅遊將駛入復甦快車道，出入境旅遊供應鏈也將加快修復。

攜程17日發布的《2024龍年春節旅行報告》顯示，春節假期，跨省遊訂單佔比57%，比去年同期翻番增長。新春燈會、舞龍表演、廟會市集、非遗秀場等活動成為遊客新春出遊的年份類選擇，跨省遊訂單同比翻番。回家住酒店、「老家遊」升溫，兩個及以上城市多段出遊訂單佔比超兩成。

南方人去北方看雪、北方人去南方避寒，這個春節，南北互換當屬一大特色。來自飛豬的統計顯示，國內遊南北流動趨勢明顯，其中飛往廣東、海南、福建等南方地區溫暖過年的「避寒遊」，以及飛往黑龍江、吉林、河北等北方地區的「過雪年」最為火爆，預訂量同比去年增長105%。

免簽國家旅遊訂單增幅較高

攜程報告還顯示，隨着一系列入境遊便利化政策的出爐，今年春節中外遊客「雙向奔赴」，出境遊、入境遊訂單均超過2019年同



◆當地時間2月11日，大批中國遊客在泰國曼谷網紅景點四面佛打卡。



◆春節假期遊客在廣東汕頭觀看英歌舞。

期，尤其入境遊較2019年增長48%。報告認為，這預示着2024年從春節開始，出境遊、入境遊有望進入加速復甦新通道。春節期間，出境攜程用車訂單較2019年增長53%，境外景區門票訂單較2019年增長超130%。其中，新加坡、泰國、馬來西亞等「新馬泰」免簽國家旅遊訂單增長較高，合計較2019年增長超三成。

中長線出境遊也迎來較高增長，共建「一帶一路」國家沙特阿拉伯、阿聯酋、土耳其、馬爾代夫等訂單增幅較高，分別較2019年增長超800%、60%、40%、40%。英國、阿根廷、挪威等遠途國家訂單增幅也比較明顯。

去哪兒平台發布的報告亦顯示，春節假期，包括非洲的埃塞俄比亞、馬達加斯加；南美洲的烏拉圭；歐洲的立陶宛、摩納哥、馬耳他等在內的全球115個國家都有中國遊客的足跡。國際酒店預訂量比去年春節同期增4.7倍，國際機票預訂量高達14倍。

生活服務業實現「開門紅」

入境遊方面，攜程報告顯示，春節假期，入

境遊景區門票較2019年增長超10倍，主要客源國為日本、美國、韓國、澳洲、英國、馬來西亞、越南、加拿大、泰國、德國。中國單方面免簽政策效應顯現，法國、德國、意大利、荷蘭、西班牙、馬來西亞、新加坡等新增可免簽入境中國的國家遊客增長明顯，上述國家春節入境遊訂單總計較2019年同期翻番。上海、深圳、北京、廣州、成都、杭州、重慶、南京、哈爾濱、西安等城市是入境遊主要目的地，受到外國友人歡迎。

消費數據方面，美團日前發布的春節「吃喝玩樂」消費洞察數據顯示，生活服務業實現「開門紅」，春節假期日均消費規模同比增長36%，較2019年同期增長超155%。

美團研究院副院長厲基巍表示，今年春節假期，吃住行遊購娛等多個生活服務業消費向好，彰顯了中國市場的內需潛力。各地打造的新消費集聚區、節慶活動在促進消費方面的效果愈加顯著，「餐飲+」「文旅+」等跨業態聯動的場景大量湧現，平台線上線下營銷手段不斷翻新，帶動消費市場持續升溫。

返鄉深度遊 重新認識家鄉

記者手記

南北互換、東西交錯，探親遊、年俗遊、冰雪遊、打卡遊……這個春節假期，內地新的旅遊方式不斷湧現，城市鄉村旅遊同樣紅火。與此同時，香港文匯報記者發現，不少返鄉的年輕人在探親的同時，還通過本地深度遊的方式，細細地品味家鄉新面貌。

對於大部分常年在外打工的打工人而言，故鄉已不再熟悉。今年春節，一批常年在外的人選擇依照線上攻略，重新認識家鄉。「尋找最好吃的雞肉串、去長江邊找找年少時的感覺……」在內蒙古工作的江蘇蘇東人郭先生告訴香港文匯報記者，通過網上攻略、本地人推薦榜單等內容的指引，使他能夠趁着假期，重新找到記憶裏的故鄉生活場景。

「不想去熱門旅遊地人擠人，在家鄉到處走走就叫做『Spring Walk』。」在郭先生眼中，除了尋找記憶裏的家鄉以外，「Spring Walk」還有一個部分就是認識飛速發展之下陌生的家鄉。「在我們這個縣級市居然還有與唐朝相關的實景劇本遊項目，這次回鄉我也去體驗了一把。來到這個叫做啓唐城的地方，遊客只需在小程序上點開劇本，一場關於大唐的故事便可緩緩展開。穿漢服、做任務、遊景區的同時，我們還看到了打鐵花，一朵朵「鐵花」似流星閃耀、美輪美奐，場景壯觀、賞心悅目。」

香港文匯報記者採訪發現，與郭先生一樣，不少返鄉年輕人通過春節進行「Spring Walk」，在博物館、在街邊、在新景點……重拾記憶裏的家鄉，同時體驗家鄉新變化。「返鄉深度遊」成熟潮之後，各地也迎來了本地消費「開門紅」。美團數據顯示，返鄉團聚、旅遊過年趨勢下，探索小城年味、景區提燈夜遊等個性化需求引領消費不斷升溫、下沉。四線以下地區消費同比增速最快，下沉市場迎來強勁回暖，成為激發假日經濟增長的「新引擎」。

◆香港文匯報記者 江鑫嫻 北京報道

廣東民眾美團日均消費規模全國第一

香港文匯報訊 據羊城晚報報道，熱門餐廳等位上千桌、廟會大集人頭攢動、多個景區門票售罄、縣城住宿一房難求……記者16日從美團平台獲悉，春節假期生活服務業實現「開門紅」，廣東春節假期的日均消費規模位居全國第一，日均消費規模同比增長36%，較2019年增長超155%。其中，廣州生活服務日均消費規模同比增長38%，消費規模居全國城市第五。深圳生活服務日均消費規模同比增長37%，消費規模居全國城市第六。

「旅遊過年」群體越來越多

新春佳節，團圓聚餐、外出遊玩的家人們成為餐飲消費主力，各地餐廳也聯合平台線上線下齊造「市」，有效激發市場潛力。春節期間，廣州地區多人堂食套餐訂單量同比去年增長超180%，粵菜、川菜、湘菜是堂食消費熱門選擇。

今年春節，「旅遊過年」群體越來越多。美團數據顯示，旅遊消費規模較2019年、2023年同期均顯著增長。其中，家庭親子客群的住宿訂單同比增長超70%。在返鄉探親、休閒出遊等多重需求疊加和各地文旅促消費活動助力下，從一二線城市到縣城，各地住宿業迎來顯著上揚，多個景點再現「人從眾」的熱度。

在廣東潮汕地區鑼鼓喧天的氣氛裏，英歌隊「高燃」巡遊成為遊客爭相合影的「背景牆」。假期前5天，潮州市商務局、潮州市文化廣播電視體育局聯合美團推出的「潮州旅遊美食地圖」線下掃碼瀏覽量環比增長287%，有效帶動潮州躋身全國十大「滿房」目的地。隨着基礎設施完善，越來越多好吃好玩的「小眾」地方被發掘，縣城酒店業生意火爆，以桂林陽朔縣、惠州惠東縣、晉中平遙縣等地為例，住宿訂單量位居全國縣域前十。

潮流中國年，以龍元素為主角的年味探索，迸發新年消費活力，成為消費新熱點。團圓是春節永恒的主題，「潮流」為龍年增添了別樣新意。親子樂園、潮流洗浴成為聚會放鬆新選擇，KTV裏吃火鍋、足療店裏看電影、遊戲廳裏抓娃娃……多種玩樂態豐富了假日體驗。百億補貼、爆款特價、直播專享、春節家庭多次卡等多種促銷活動帶動線上線下消費熱潮。

夜間消費熱度不斷攀升

夜經濟同樣為春節消費增添更多活力。各地推出精彩紛呈的龍年燈光展、主題光影秀等沉浸式夜遊項目，助推夜間消費熱度不斷攀升。數據顯示，春節假期，全國夜間消費規模佔比約53%，較去年同期增長48個百分點，休閒街區門票增長1倍以上。北京、青島、南京、杭州、上海等地「夜間遊玩」搜索熱度最高。

濃情愛意載滿行囊

特稿

正月初八，春節假期的最後一天，不少人告別家鄉，奔向遠方，開啓新一年的新征程。與他們一起出發的，還有載滿愛的背包、行李箱、後備箱……滿滿的行囊裏，裝進了家鄉的味道、家人的牽掛和對未來的期盼。

這兩天，不少人在網上晒出了自己行李箱、後備箱中家人準備的土特產，有網友說這是一場沒人會輸的比賽，因為「裝的愛都是一樣的」。

17日一早，河北邯鄲東站進站口，邯鄲市邯山區的賈蒙冬即將返回北京工作。他的書包裏，裝滿了媽媽親手做的包子、餃子、饅頭，以及當地特產解府荷葉酥魚、呂氏吹邊燒餅等。賈蒙冬說，這次回來發現家鄉不少土特產都註冊了品牌，送給朋友既能增進感情，又能宣傳家鄉。

自駕返鄉的汽車後備箱裏，更是被家人的「愛」塞得滿滿當當。在四川省中江縣永安鎮永安村，詹玉發、唐芳兩家人結伴而行，準備自駕返回上海，後備箱裏塞滿了中江掛麵、中江柚子、八寶油糕、香腸臘肉……在上海一家機械廠務工的詹玉發說，千般不捨，萬般牽掛，全濃縮在土特產裏。

詹玉發手裏還捏着一包小小的食物，散發着油炸的酥香，她說，這是父親今天一大早起床炸的「撒子」，「什麼都沒這個香！」

河北的小米、山西的陳醋、內蒙古的牛肉乾、廣西的水果等爭相「擠」進後備箱。「後備箱載滿深情，家人愛意如山重。」「帶着家鄉的味道，踏上新的征程。」

◆新華社