

# 从春节旅游数据看 市场“热辣滚烫”，还是“消费降级”？

◎ 记者 王珏

今年春节旅游市场，车马喧腾。

无论是交通部还是文旅部，国内游还是跨境游，官方数据一片喜气洋洋。

面对2024年春节旅游开门红的好兆头，谨慎对待数据，理性思考市场，会让我们更加明确产业方向。

2月17日晚，交通口的最新数据公布。2月10日至17日，全社会跨区域人员流动量累计23.11亿人次。单从人员流动量来看，这次春节的规模史无前例。

同时，据商务部大数据监测，2024年除夕，部分重点大型超市即时零售销售额同比增长约20%。

除夕当天，重点电商平台在线餐饮销售额同比增长40.8%，全国示范步行街客流量、营业额同比分别增长26.9%和21.7%。

中国人民银行最新数据显示，2024年除夕夜零点，网联清算公司和中国银联处理的全行业网络支付交易达到峰值，最高并发量为每秒10.9万笔，相较2023年增长4.61%，创历史同期新高。

当然，在这些被拉动的消费热潮中，不仅仅于文旅的范畴。



## 1 旅游数据的“繁荣昌盛”

众所周知，国内旅游数据的主要统计纬度，包括出游人次和旅游收入。

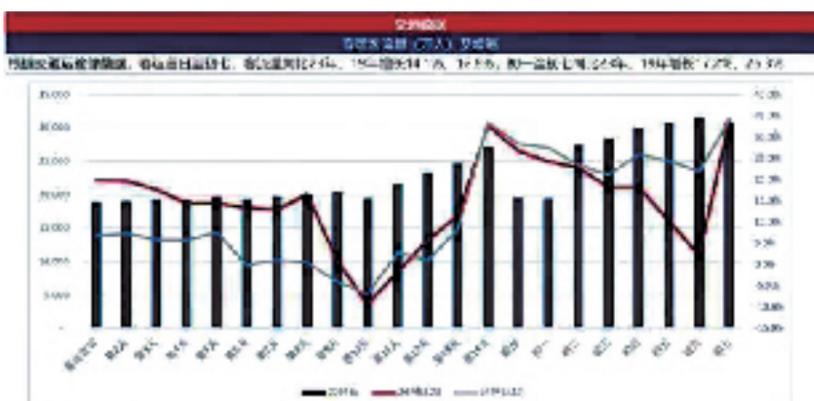
首先从出游人次来看。

1月26日，春运大潮开启。截止2月14日，龙年春运过半，民航、铁路、公路出行旅客均创下历史新高；全社会跨区域日均人员流动量达到了2.23亿人次，较2019年同期增长11.1%。

以民航为代表。春运前20日，民航日均旅客量已经达到210.4万，春节期间更是进一步上升到225.5万，大大超出了官方预期。

铁路客运数据同样迅猛。春运前20日，公路非营业性小客车日均出行1.8亿人次，较2019年大涨30.9%，对比去年春运也有明显增长。

同时，假期期间，大城市地铁客流量创下了2019年以来历年春节的新高。据财通证券统计，今年春节前夕，十大城市（包含北京、上海、广州、武汉、南京、西安、重庆、成都、郑州、深圳）日均地铁客运量录得2793.6万人次，较2023年增长52.2%，恢复至2019年同期的128%。



来源: 财通证券, 2024.02

## 2 旅游市场的“消费降级”

在这样一幅“喜大普奔”的图景里，我们也还需要一些冷思考。

如果我们把出游人数和游客单价放在一起，我们会发现今年春节游客单价只恢复到2019年的91%。再对比前两个节假日（2023年国庆、2014年元旦）呈现出了三连跌的趋势。

这就意味着从去年中秋到今年春节，大家出游的意愿依旧高涨，但是花的钱却变少了。

今年春节，出行人次大增，假期还

比往年多了一天。人更多了，玩的时间更久了，整体数据上去了，而实际上人均消费却在缩水。

套用一句广告词，“加量不加价”。

比如，宋城演艺。春节期间营业收入对比2019年增长了89%，但他们的接待游客总量足足增长了107%。人来的挺多，但是没有创造出对应增幅的商业价值。

所以还是人更多了，但每个人花的钱更少了。

## 3 旅游目的地的“冷暖自知”

可以看到，由于今年春节假期较往年多出一天，所以“返乡+旅游”两段出行需求，为旅游市场的红火打下基础。

对比于大市场环境的消费假期，也有一些旅游目的地挣得盆满钵满。

其中，业绩增幅最高的为内蒙，春节前夕接待游客量增长6.29倍，旅游收入增长8.52倍。另外，北京、江西、湖南、湖北、山东等省市景区接待游客数量，均较2023年增长50%以上；山东、河南则是旅游收入较2023年，增长了50%以上。

各个省市间，旅游人均消费差异较大。数据显示，湖南旅游人均花费明显下降，较去年减少了37.2%；而河南、内蒙旅游的人均消费则分别增长了14.4%和35.5%。

由此可见旅游消费的差异，和目的地的热门程度紧密挂钩。

就如今年走红的“尔滨”，从酒店数据来看，从2023年12月8日以后，哈尔滨酒店的平均房价有大幅提升，但入住率同步也在增长。换句话说，“尔滨”的旅游消费变贵了，热度却没有掉下去，游客依然源源不断的奔赴：春运前21日，哈尔滨机场日均国内旅客量达到8.1万，同比2023年增长50%，较2019

年增长35%。

而更为典型的则是原本消费水平就较高的海南。今年春节海南旅游住宿物价上涨明显，周环比达到了33.43%，但这依旧没有影响到酒店业的火爆。截至2月13日大年初四，海南旅游住宿单位客房平均入住率超过80%，其中三亚更是达到93.97%。

这一系列的数据，似乎反映出旅游消费的能力依旧在线。

其实，无论是从旅游数据的“繁荣昌盛”，还是旅游市场的“消费降级”，都是个体与整体的辩证。

从个体来看旅游市场的买卖双方。对于消费者来说，越来越趋向于理性消费。对于商家来说，如何在众多产品中脱颖而出，获得消费者的消费指标，就显得尤为重要了。

从整体来看旅游市场的大环境。返乡+旅游，多少有节日加持。在跨境游方面的数据或许更能反映的文旅市场。在这个春节，我们在新闻中也经常能看到新马泰旅游人数大增的报道。但是春节结束，根据数据显示，日均跨境人次只有169万，较2023年增长2.8倍，但是依旧不及2019年的九成。

图3: 2021年至今节假日旅游客单价情况



资料来源: 文旅部, 国信证券经济研究所整理

由此可见，文旅大环境正在向好，消费者的消费结构正在调整。及时发现市场需求，调整产品方向，2024年文旅市场必将迎来更加美好的春天！