

## 变革与觉醒

## 2024年中国旅游业的风云变幻

◎ 记者 王珏

2024年,中国旅游业在疫后复苏的浪潮中起伏前行,历经诸多变革与挑战。这一年,市场机遇与竞争相互交织,行业困境与突破相伴而生,新兴趋势崭露头角,共同绘就了一幅波澜壮阔的旅游发展画卷。



## 1 市场动态之变:挑战与机遇共生

## ◆ 酒店业竞争白热化

2024年,酒店业仿佛置身于激烈的战场之中,竞争态势愈发白热化。多个季度以来,RevPAR、ADR和入住率等关键运营指标持续下滑,即便是传统旺季,也未能扭转这一不利局面。这一现象背后,是2023年高基数效应、市场供过于求以及同质化竞争等多种因素共同作用的结果。

在浙江这片旅游热土上,旅游市场的复苏浪潮带动了酒店建设的蓬勃发展,杭州、宁波、温州等地新酒店如雨后春笋般不断涌现,市场供给迅速扩张。然而,与之相对的是,市场需求的增长速度却相对迟缓,这种供需失衡的状况逐渐凸显。例如,杭州部分景区周边的酒店,在非节假日期间,入住率急剧下降,无奈之下只能采取降价策略吸引客源,这直接导致平均房价下滑,RevPAR等关键指标遭受严重冲击。

## ◆ 中外航线复苏分化

2024年,中外航司在国际航线的复苏进程中呈现出鲜明的两极分化态势。据相关数据显示,1-9月,国内航司航班恢复率高达84.9%,而国外航司的恢复率仅为56.3%,国内航司的航班时刻份额占比也从2019年的59.1%大幅提升至68.5%。这种分化局面主要源于欧美地缘政治和时局的不稳定因素。中美贸易争端的持续以及俄乌冲突的爆发,使得国外航司在恢复和增班过程中面临重重困难,运营成本大幅增加。

浙江作为外贸大省和旅游热门目的地,国际航线的复苏情况对其旅游业的发展有着至关重要的影响。宁波、温州等地

的众多外贸企业,其商务活动高度依赖国际航线的畅通。然而,航线恢复的不均衡,严重制约了这些企业的国际合作与交流,使其在拓展海外市场时遭遇诸多阻碍。同时,对于入境旅游而言,航班恢复不足也使得外国游客的到访量受到限制,进而影响了浙江旅游市场的国际化进程,使得浙江旅游业在国际市场的拓展步伐有所放缓。

## ◆ 酒店与OTA的矛盾纠葛

2024年暑期过后,酒店业整体业绩呈现下滑趋势,而在线旅游平台(OTA)却保持着相对稳定的增长态势,两者形成了鲜明对比。OTA凭借其强大的流量优势,在客源争夺方面占据了上风,致使酒店会员体系的作用被逐渐削弱,酒店的自主客源占比也随之不断下降。在利润分配方面,OTA不断上涨的佣金进一步挤压了酒店的利润空间,酒店为了维持一定的入住率,不得不降低房价,在艰难的经营环境中苦苦支撑。

在浙江,众多中小规模酒店对OTA平台的依赖程度较高。以绍兴、嘉兴等地的酒店为例,虽然它们借助OTA平台获得了一定数量的客源,但同时也面临着高额佣金的压力以及自主客源严重不足的问题。这些酒店意识到问题后,尝试通过建立自己的会员体系、加强线上营销推广等方式来摆脱对OTA平台的过度依赖。然而,在实际操作过程中,它们却面临着资金短缺、技术落后、专业人才匮乏以及激烈的市场竞争等多重困难,使得这一摆脱过程充满艰辛与挑战。



## 2 行业发展之困:困境中寻求突破

## ◆ 酒店存量改造风起云涌

2024年,酒店存量改造成为行业内一股不可忽视的潮流,众多酒店集团和OTA平台纷纷积极参与其中。截至2023年底,全国范围内有大量经营年限超过10年的酒店,这些酒店在设施设备、装修风格以及服务体验等方面逐渐显露出老化和落后的迹象,迫切需要通过改造升级来重新焕发生机与活力。

在酒店集团方面,华住、首旅如家、锦江、万豪、希尔顿等行业巨头凭借各自丰富的品牌资源、强大的资源整合能力以及敏锐的市场洞察力,在酒店存量改造的舞台上各显神通。它们根据不同的市场定位和消费者需求,制定了多样化的改造策略,致力于打造出更具特色和竞争力的酒店产品。OTA平台也不甘示弱,积极投身于这一浪潮之中。携程推出了“快装轻改”与金融扶持相结合的创新举措,这一举措犹如一场及时雨,有效缓解了投资人在资金方面的压力以及对工期过长的担忧。美团则充分发挥其平台的整合优势,通过整合上下游产业链资源,为经济型酒店的改造升级提供了全方位的支持与服务,助力其实现品质提升和形象转变。艺龙也凭借其独特的市场定位,以差异化套餐为切入点,在

品牌推广、人才培养等多个方面为酒店提供了有力的支持,帮助酒店在激烈的市场竞争中脱颖而出。

## ◆ 企业重组与裁员的阵痛

2024年,旅游业迎来了企业重组与裁员的浪潮,这一浪潮给整个行业带来了不小的震动。2024年11月,全球知名的在线旅游公司Booking Holdings和全球最大的酒店集团万豪等行业领军企业纷纷宣布裁员和组织架构调整计划。这些企业旨在通过削减成本、优化运营流程以及提升组织效率等方式,以应对市场变化所带来的巨大挑战和压力。

在浙江,旅游企业同样也面临着严峻的考验和挑战。随着全球经济形势的不确定性增加以及旅游市场的波动起伏,OTA和酒店行业的竞争愈发激烈,企业的生存压力也日益增大。为了在这场激烈的竞争中求得生存和发展,许多企业不得不采取合并重组、精简岗位等措施来优化内部资源配置和组织结构。然而,这些措施虽然在一定程度上有助于企业降低成本、提高效率,但也不可避免地引发了一些负面问题,如员工士气低落、人才流失等。



## 3 新兴趋势之兴:潜力催生创新

## ◆ “免签朋友圈”扩大,入境游升温

2024年,中国以更加开放包容的姿态面向世界,积极扩大“免签朋友圈”,对多个国家试行免签政策。这一举措犹如一股强劲的东风,为入境游市场注入了新的活力,推动了入境游市场的快速升温。据相关统计数据显示,2024年1月至11月,全国各口岸入境外国人的数量实现了显著增长,其中通过免签入境的人数增长尤为明显,免签政策的积极效果得到了充分体现。

浙江凭借其得天独厚的自然景观、丰富多彩的历史文化以及便捷高效的交通网络,成为了外国游客眼中的热门旅游目的地之一。杭州、宁波等地吸引了大量外国游客前来观光游览,西湖、千岛湖等著名景区更是备受外国游客的青睐。

## ◆ 县城旅游崛起,下沉市场潜力爆发

2024年,消费趋势发生了显著的转变,县城旅游异军突起,成为了文旅市场上的一颗璀璨新星。越来越多的年轻人热衷于“奔县”旅游,探寻那些隐藏在县城中的独特风景和人文魅力。县城旅游也因此多次登上热搜,展现出了巨大的发展潜力和市场活力。

在浙江,宁波象山、温州永嘉等地凭借其独特的自然风光、悠久的历史文化底蕴以及诱人的特色美食,吸引了众多游客纷至沓来。象山的美丽渔村风光和新鲜美味的海鲜美食,让游客们流连忘返;永嘉的楠溪江古村落如诗如画,散发着浓郁的江南水乡韵味,让游客们沉醉其中。县城旅游的蓬勃发展,不仅为当地经济增长注入了新的活力,也为游客提供了更加多元化、个性化的旅游选择。

## ◆ 数电票全面推出,数字化转型加速

2024年,铁路客运领域全面推广数电票,这一举措标志着旅游业数字化转型迈出了重要的一步。数电票的推行具有诸多积极意义,它为旅客提供了更加便捷的购票和报销体验,旅客无需再像过去那样繁琐地打印纸质报销凭证,企业也能够实现无纸化报销,大大提高了办公效率。从长远来看,数电票的推广还有助于降低企业成本、提升行业整体运营效率,推动旅游业朝着更加数字化、智能化的方向发展。

在浙江,旅游企业积极应对数电票带来的变革和挑战。一些企业通过加强内部员工培训,提高员工对数电票的认识和操作能力,确保员工能够熟练掌握数电票的相关流程和规定;另一些企业则与专业的技术服务提供商合作,对企业的发票管理系统进行优化升级,以提高发票处理的效率和准确性。随着技术的不断完善和企业的逐步适应,数电票有望为浙江旅游业的数字化转型提供强大的助力,推动行业在数字化道路上加速前行,实现更加高效、便捷、智能的发展目标。

展望未来,中国旅游业将在持续变革中砥砺前行,呈现出一系列引人瞩目的发展趋势。

在市场格局方面,随着消费者生活水平的提高和消费观念的转变,旅游需求将更加个性化、多样化和品质化。定制旅游、主题旅游、深度游等产品将受到越来越多消费者的青睐,市场将进一步细分,以满足不同层次、不同兴趣爱好的游客需求。酒店业将加速品牌化建设和差异化发展,通过提升服务品质、打造独特的住宿体验以及加强数字化营销等手段,吸引并留住消费者。同时,线上线下融合的全渠道营销模式将成为酒店业发展的新方向,酒店将更加注重与消费者的互动和沟通,提高客户忠诚度。

国际旅游方面,随着中国国际影响力的不断提升以及免签政策的持续优化和扩大,入境游市场有望继续保持良好的增长态势。更多的国际游客将深入探索中国的广袤大地,领略丰富多彩的自然风光、悠久深厚的历史文化和独具特色的民俗风情。出境游市场也将随着国际关系的缓和、旅游目的地国家的开放以及人们旅游消费能力的增强而逐渐回暖。

在技术应用层面,数字化转型将成为中国旅游业发展的核心驱动力。人工智能、大数据、物联网、区块链等前沿技术将广泛应用于旅游产业链的各个环节,从旅游预订、行程规划、景区管理、游客服务到旅游营销、旅游安全保障等方面,全方位提升旅游运营效率和服务质量。

文旅融合将进一步深化,文化将成为旅游的灵魂和核心竞争力。各地将深入挖掘本土文化资源,将文化元素巧妙地融入旅游产品开发、旅游活动策划和旅游服务提供中,打造一批具有深厚文化内涵和独特创意的旅游品牌和项目。

在未来的发展中,通过不断地创新驱动、优化升级和协同发展,中国旅游业有望迎来更加繁荣昌盛、高质量发展的新时代,为国内外游客提供更加优质、丰富、独特的旅游体验,成为展示中国文化软实力和经济活力的重要窗口和支柱产业。