

“人从众”回来了 文旅消费有啥新趋势

□ 重庆日报记者 韩毅

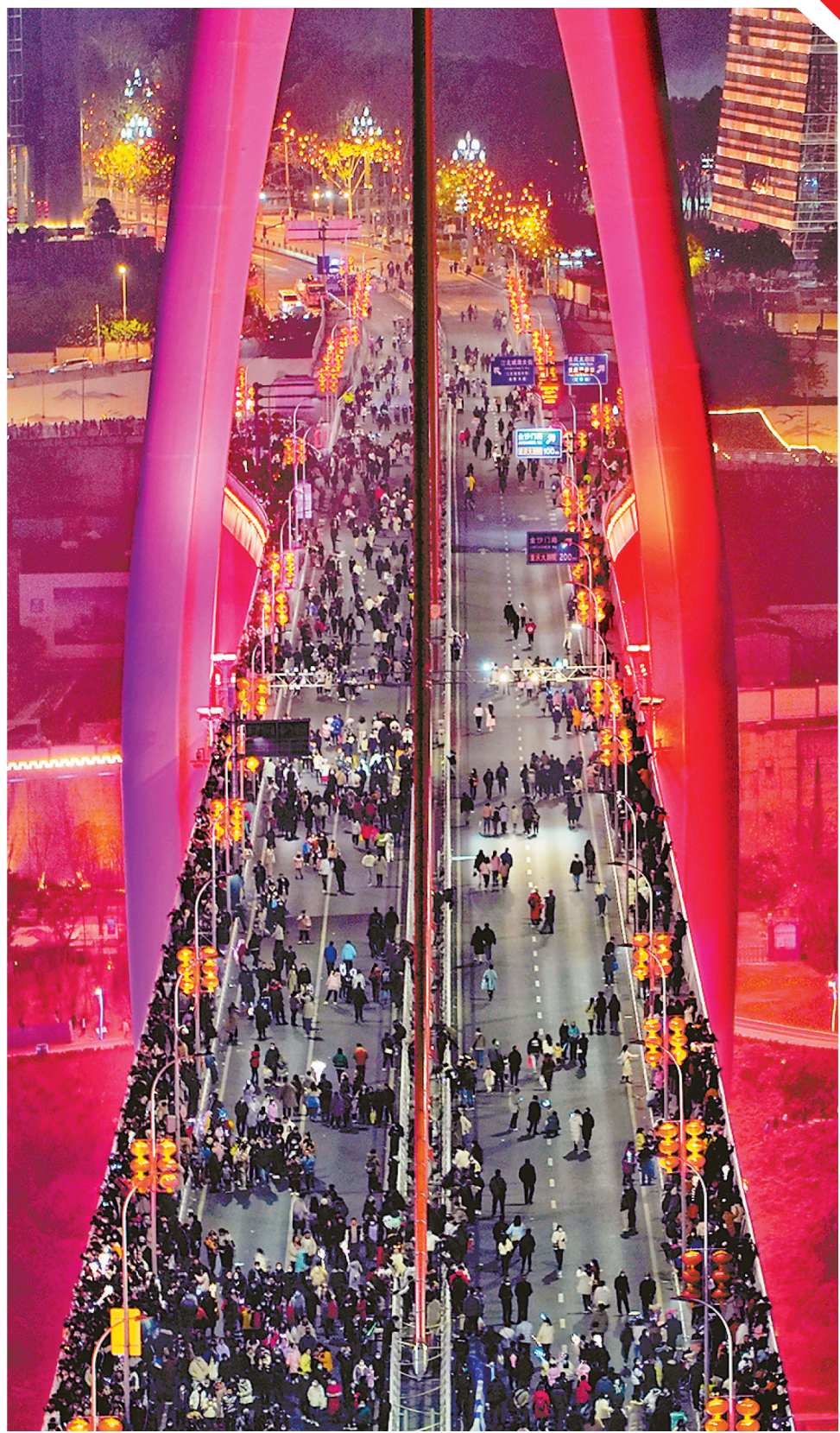
今年春节假期，是一个不同寻常的黄金周——随着更好统筹疫情防控和经济社会发展，熙熙攘攘的人潮又开始挤满各大景区，目的地客流迎来倍速复苏，旅游业在流动和忙碌中释放着发展活力。

据文化和旅游部数据中心测算，今年春节假期，全国国内旅游出游3.08亿人次，同比增长23.1%，恢复至2019年同期的88.6%；实现国内旅游收入3758.43亿元，同比增长30%，恢复至2019年同期的73.1%。

不过，“人从众”回来了，消费新趋势还需业界尽快读懂，以进一步加快促进文化旅游市场强势复苏、崛起。



1月23日，两江国际影视城，市民正观看舞狮表演。重庆日报特约摄影 钟志兵



1月26日，重庆千厮门大桥再次封桥封路，方便游客拍照打卡。重庆日报见习记者 刘旖旎 摄

五一假期，出境游或将迎来爆发点

特色民乐表演、部长接机……今年春节，随着防疫政策不断优化调整，中国公民出境旅游有序恢复，菲律宾、泰国等“高规格”接待中国旅游团，不仅让中国游客获得感满满，当地旅游业者也重新感受到了中国游客带来的消费热度。

来自携程的《2023年春节旅游总结报告》显示，今年春节假期，出境游订单同比增长640%，跨境机票订单同比增长4倍以上。

阳光、沙滩、美食资源充沛的东南亚，是国人最热衷的出境旅游目的地。在出境游机票订单中，巴厘岛机票订单同比增长30倍，新加坡增长8倍以上，马尼拉超5倍，曼谷、普吉岛超4倍，清迈、吉隆坡近3倍。

在酒店预订方面，中国游客预订境外酒店的订单量相比去年春节增长超过4倍。其中，曼谷的酒店预订增长显著，订单量同比增长超33倍，平均客单价上涨70%左右。这一方面是受到旅游复苏的影响；另一方面则是由于旅客度假兴致更浓，入住酒店的时间较去年更长。

重庆游客的出境游热情同样高涨，订单量同比增长112%。

飞猪平台大数据也显示：33个国家及

地区的出境游相关商品订单量同比增长超过1倍，其中泰国的订单量同比增长超18倍，马尔代夫增长近15倍，新西兰增长超10倍。国际机票预订人次同比增长超4倍，签证办理人次同比增长超3.4倍。

“春节旅游的热度有目共睹，以此为起点，相信中国旅客的旅游消费信心和消费潜能将加速释放，今年的旅游市场会有可观的复苏。”携程研究院战略研究中心高级研究员沈佳旋认为，随着未来国际航班逐渐增加，海内外出行便利度愈发提高，预计今年五一假期能看到旅游市场明显的爆发点。

国内跨省游，逐步领跑假日旅游经济

相比出境游，国内游更是红红火火，全国各地多个热门旅游目的地客流倍速复苏，熙熙攘攘的人潮挤满各大景区。

东北、新疆等地的冰雪旅游，海南、云南、珠三角的避寒旅游，长三角、成渝和长江中游的城市旅游，成为节假日旅游流向的锚定者。上海、广州、成都、重庆、武汉、郑州等大城市的都市休闲和文化参与，成为假日旅游消费愈发重要的组成部分。

文化和旅游部数据中心统计数据显示，今年春节假期，游客平均出游距离206.9公里，同比增长57.0%，恢复到正常年份的76%；目的地平均游憩半径11.2公里，同比增长34.4%，较元旦假期有明显增长，恢复到正常年份的75%。

飞猪数据显示，今年春节，境内长线游订单量同比增长超500%。交通出行的数

据亦反映了这一变化：国内机票订单量同比增长超40%，火车票订单量同比增长近80%。成都、上海、广州、北京、重庆是热门目的地。

途牛发布的数据显示，春节假期，跨省游出游人次占比达68%，选择4—6天行程的出游用户占比为48%，更有超过两成的用户选择了7天及以上的出游行程。

同程旅行数据显示，春节期间，酒店预订热门目的地分别为西安、三亚、成都、重庆、上海、长沙、昆明、广州、南宁和深圳。

“南下北上”引燃国内长线游。“驴妈妈《2023年春节出游总结报告》显示，以三亚、厦门、珠海、北海为代表的南方海滨度假，大理、丽江、西双版纳、桂林为代表的山水、民族风情慢度假，以东北三省、河北张家口等为代表的冰雪运动，及北上广代

表的主题乐园导向的城市打卡之旅，是今年春节四大长线出游热门主题，其中云南、海南及上海、广东、广西方向的跨省出游人次尤其火爆，同比增长近300%；哈尔滨、长春、沈阳、辽阳、白山、张家口等因拥有优质冰雪资源和滑雪场备受青睐，出游人次同比增长超2倍。云南、三亚、广州、重庆、成都、哈尔滨、西安、桂林、厦门、上海则成为国内长线游十大目的地。

“数据表明，中远程市场开始领跑假日旅游经济。加上大量返乡探亲旅游者的本地休闲消费，使旅游收入增幅高出出游人数增幅约7个百分点，有力推动了春节假日旅游市场规模、消费结构、质量和效益向疫情之前常态化的全面回调。”中国旅游研究院院长戴斌分析称，从空间格局看，区域旅游呈现“南北”大于“东西”的态势。

玩法更多元，旅游者定义旅游业的时代来临

梳理各大平台的大数据，一个明显的感受是：大疫之后，重新走出“家门”的游客更加会玩了，消费需求多元化、个性化、特色化愈发明显。

携程数据显示，春节期间，租车自驾、游艇出海成为常见模式，三亚租车、游艇相关旅游产品的预订量同比均增长超200%；跟团“团圆游”也成为新趋势，假期跟团游订单同比增长4.2倍，不与陌生人拼团、灵活高质的私家团的订单量暴增6倍；约个导游领你品味当地风俗、私享旅程的当地向导业务，订单量增长13倍。

飞猪数据显示，今年春节，“登山”相关商品的订单量同比增长超2.5倍，“古镇”相

关商品订单量同比增长超4.2倍；“潜水”相关商品订单量同比增长超2.4倍，“冲浪”相关商品订单量同比增长超1.2倍；“沙漠”相关商品订单量同比增长超1.2倍。

奇创旅游集团文旅产业研究院负责人马磊表示，从春节文旅业态火热情况来看，消费者更青睐品质化、特色化、主题性、场景性强的产品与内容。对目的地而言，要有全域发展思维、产业命运共同体概念，任何一个景区、酒店、餐饮或业态，都有可能成为网红IP，并带动其他业态发展，要注意通过文化创意化、科技驱动，与年轻消费人群形成强有力的连接，变旅游资源为旅游经济。

戴斌认为，旅游者定义旅游业的时代已经来临。旅游业必须回应价值链重构和供应链变革的挑战，以增量投资和市场创新激活存量资源，加快建设现代旅游产业体系。

戴斌表示，作为异地生活方式的旅游，除了景区、度假区外，旅游的空间早已延展到公共文化场馆、历史文化街区、商业休闲中心等，旅行者观赏赏戏看展、围炉煮茶分享……在游客和市民的身份之间快速切换，全面融入目的地生活。由此，旅游目的地的建设、旅游接待体系完善和旅游治理现代化，要以大众旅游的人民性为导向，着力构建主客共享美好生活新空间。

有为有效，重庆新年“跑”起来

1月3日，重庆促进经济恢复提振“政策包”发布；4日，“百团千企”国际市场开拓计划启动，“东盟行”斩获一批订单；9日，《重庆市2023年“抓项目促投资”专项行动方案》出台；江北、璧山、忠县、云阳、经开区等签约、开工一批重点项目……

新年伊始，重庆掀起敢闯敢干、唯实争先的一波波热潮，充分发挥有为政府、有效市场的作用，聚焦重点、形成合力，确保现代化新重庆建设开好局、起好步。

政府有为

与全国一样，重庆正面临需求收缩、供给冲击、预期转弱等多重压力，经济恢复提振处在最吃劲的关键期。

越是面临压力，越是需要政府“有为”。市委六届二次全会提出，要以政府有为促进市场有效、企业有利、社会有序、百姓受益，来提振社会信心，引导市场预期、社会预期、企业预期。

政府有为，关键是要集中优势力量和资源，抓住重点领域，搞清楚在哪些方面有为。以政策合力推动稳进增效。今年以来，重庆精准高效地推出一揽子含金量高、惠及面广的政策包，持续打造一流营商环境，让

企业敢为、愿为、能为。

比如，新年上班第一天，重庆出台《银行业保险业支持“专精特新”企业高质量发展的若干措施》《加力振作工业经济若干政策措施》《进一步促进房地产市场平稳健康发展的通知》等6项文件，从多个领域提振经济。

同时，进一步实施企业上市“育苗”行动的工作措施，加大金融支持消费恢复促进扩大内需的若干措施，内陆国际物流枢纽和口岸高地建设行动计划等政策包也将陆续推出。

重庆正以“快人一步、先人一拍”的速度打出政策组合拳，抢抓政策机遇期，冲击“跳一跳、够得着”的目标，全面促进消费、优化投资结构、提高供给质量，进一步提信心、稳增长、强主体，增强发展动能。

以重大项目引领有效投资。重大项目是经济发展的压舱石，具有纲举目张的引领作用。特别是对于一些牵一发而动全身、落一子而活满盘、打基础而利长远的重大项目，政府要有为。

新年以来，重庆出台《重庆市2023年“抓项目促投资”专项行动方案》《2023年促进交通基础设施有效投资实施方案》，印发2023年市级重大项目名单，全年计划完成投资4000亿元以上，细化形成开工、在建、前期“三张清单”，打表推进项目建设。

同时，各区县也签约、开工一大批重点项目。3日，璧山46个重点产业项目签约、11个项目开工，总投资574亿元；9日，江北2023年首批42个重点项目签约，投资总金额302.5亿元；10日，忠县签约21个项目总投资204.5亿元，建成投产后预计可实现年产值135亿元……

今年，重庆将进一步聚焦制造业、基础设施、社会事业等重点领域，加快推动重大项目开工落地，建立完善投资增长“赛马”激励机制，加快形成投资实物量。

优化营商环境抓市场主体。作为营商环境创新试点城市，重庆要行动起来，围绕降低市场准入门槛、企业办事高效化、企业投资便利化等目标，全力打造一流营商环境。

1月6日，科技部、人社部发布通知，将在重庆开展外籍“高精尖缺”人才认定标准试点工作，进一步激发各类主体创新创业活力。

3日，《重庆加力振作工业经济若干政策措施》等文件明确指出来优化营商环境要素保障，出台减负政策项目清单，发挥好“企业吹哨、部门报到”平台为企业排忧解难，统筹做好电力、煤炭、天然气、物流运输等保障工作，多渠道帮助企业融资。

务、提意见……不难看出，重庆正上下齐心、抓“时”抓“实”，着力营造全域良好营商环境。

市场有效

政府“有为”的立足点和落脚点，是让市场“有效”。

挖掘市场有效需求。市场“有效”，首先体现在消费的恢复与提振上。新年以来，重庆拉开消费大戏：2023重庆火锅年夜饭暨乡村振兴名特优品展线下活动，3天拉动消费3800多万元；梁平启动“中国年·梁平味”2023年货节，“张鸭子”、预制菜等特色农产品销售火爆；2023爱尚重庆·迎新消费季首届“到乡村过年”在沙坪坝启幕，预计带动消费上亿元……

当前，休闲度假需求正快速回归，“年货经济”正持续升温，各地、各企业要抢抓黄金窗口期，持续释放消费潜力，推动形成市场新增长点。

拓展市场有效覆盖。“一带一路”沿线国家和地区、RCEP成员国以及更为细化的东盟，都是重庆需要大力拓展的有效市场。

1月4日，重庆启动“百团千企”国际市场开拓计划，首批23家企业7日启程赴马来西亚泰国抢订单，释放出积极的信号。10日，重庆团斩获“东盟行”首批订单，涉及通机、五金、汽摩等领域，总金额超过1600万美元。

据了解，重庆今年将组织出国出境组团100个以上，支持1000家以上外贸企业走出去，拓市场抢订单促增长，努力实现新兴市场外贸突破性增长，推动重庆外贸转型升级、稳进增效。

增强市场竞争力。多年以来，重庆企业存在着“星多月少”等问题，缺乏影响力强的龙头企业、领军企业，以及在产业链上占据主导地位的链主型企业等，市场竞争力不强。下一步，市场主体要以有效投资、科技创新为杠杆，增强企业核心竞争力。

4日，重庆鑫景特种玻璃公司凭借在新材料领域实现自主创新，获得深创投新材料基金4亿元投资；9日，长安科技人驻两江新区中德（龙盛）高端制造产业园，将在新能源汽车产业链加大资金及研发资源投入，向千亿级的科技产业发起冲击；10日，中能电投（重庆）新能源集团有限公司投资15亿元实施储能70万度电项目，大幅降低企业能耗成本……

可以说，只有企业真正提升质量效益，市场才能够持续繁荣，进一步释放重庆发展活力潜力，巩固拓展高质量发展的良好局面，大踏步走向未来。