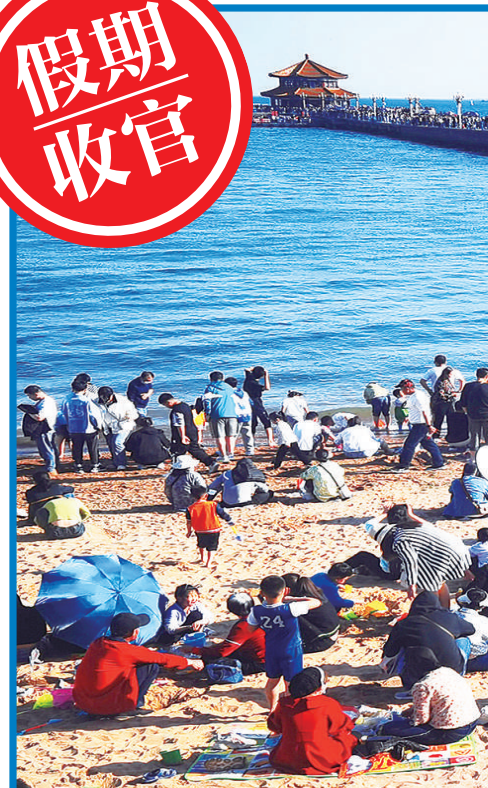


假期  
收官

# 最火「五一」 实至名归

本报记者  
文/刘圆圆  
摄/贾宁



2023年“五一”假期，文旅行业强势复苏。经文化和旅游部数据中心测算，全国国内旅游出游合计2.74亿人次，同比增长70.83%，按可比口径恢复至2019年同期的119.09%，实现国内旅游收入1480.56亿元，同比增长128.90%，按可比口径恢复至2019年同期的100.66%。

## 游客走得更远 多个数据创历史新高

“五一”假期，全国旅游出游人次超过2019年同期水平，出行距离和消费活跃度创下历史新高。

5月3日，携程发布《2023年五一出游数据报告》显示，“五一”假期用户飞行距离达四年巅峰，出游半径较去年同期增长25%。

飞猪数据称，国内游预订量较春节翻倍增长，创下“五一”历史峰值。其中国内门票较春节增长127%，火车票较春节增长117%。

“今年‘五一’旅游火爆，首先体现在长线出行需求的强烈释放，同时带动‘吃住行游购娱’产业链的繁荣复苏，诸多产业因此受益。”携程研究院战略研究中心主任彭涵表示。

携程报告显示，“五一”期间用户平均出游半径较去年同期增长25%，其中飞机出行平均距离为1638km；“高铁游”出行距离同样大幅提升，用户单程平均出行389km，恢复至2019年八成水平。

此外，另一种长线旅游的方式需求强劲。“今年‘五一’，全国各地随处可见旅行团的导游旗迎风招展。‘五一’假期国内跟团游订单量同比去年激增11倍。假期前两周开始跟团游就进入预订高峰期，较去年提前了整整一周。此外，今年5天以上的跟团游订单占比从2019年的20%涨到30%。”彭涵说，今年新兴的私家团模式广泛受到游客青睐，“独立成团”“专车专享”的私家团订单量比2019年“五一”大增874%，单均消费增长11%。主题游产品订单量同比增长近4倍，单均消费增长翻倍。

## 各地人潮涌动 没有冷门目的地

在高涨的出行情绪带动下，无论是热门城市还是小众目的地，都在“五一”假期迎来了人潮涌动的盛况。

携程平台订单数据显示，“五一”“热门旅游目的地TOP10”分别是：北京、上海、成都、杭州、广州、南京、重庆、西安、武汉和深圳。

作为近期“顶流”的山东淄博早在假期前就已宣布“五一”客流量已超出接待能力，并向网友推荐其他山东城市。而今年“五一”，包括济南、青岛、威海、日照、潍坊、烟台、济宁、德州等山东城市都进入预订增长最快的目的地之列。

去哪儿平台数据显示，往年同期诸如德宏、甘南、伊犁、喀什、淮安、盐城、自贡、揭阳等相对冷门城市，今年“五一”酒店预订量同比增长10倍以上，其中德宏酒店预订量增长最高，达22倍。山南、临沧、塔城、延边、昌都等小众旅游目的地在节前一周已库存告急，假期前三日（4.29-5.1）的酒店房间，接近90%已被预订。

同程旅行方面则表示，今年“五一”假期前夕，不少游客预订了大城市和热门景区里人山人海的景象，“小众”“冷门”成为年轻用户最关注的旅游关键词。

同程旅行数据显示，“五一”假期期间的“小众”相关旅游搜索热度环比上涨172%，“冷门”相关旅游搜索热度环比上涨113%。在“五一”假期里，国内三线及以下城市酒店预订量较2019年同期增长超过150%。

据同程研究院相关负责人介绍，从单个城市看，小城市的城市体量和整体

接待能力无法赶超一二线城市，但从整体市场规模上看，数量众多的小城市为“五一”假期旅游消费市场贡献了更多增量。

数据显示，今年“五一”假期酒店预订热度增长最快的是新近走红的山东淄博。此外，延边、秦皇岛、黄山等城市酒店预订热度增长也在10倍以上。

飞猪数据也表明，除了淄博成为“五一”“顶流”之外，在众多线下演艺、节庆活动、地方特色体验的带动下，当地旅游商品预订量同比增长20倍以上的城市中，连云港、徐州、泰安、上饶、嘉兴、秦皇岛、烟台、威海、金华等跻身十大新兴目的地。

根据文旅部数据监测，4月28日18时至5月3日6时，243个国家级夜间文化和旅游消费集聚区夜间客流量7768.6万人次，平均每个集聚区每夜6.39万人次，较2022年同期增长114.5%。其中，上海南京西路、南京秦淮河一夫子庙片区、泰安泰山秀城、成都春熙路大慈坊、南宁三街两巷、西安城墙景区等多个集聚区“五一”假期累计夜间客流量均已超100万人次。

## 景区“人山人海” 文博场所更火爆

上半年，各大社交平台掀起了熊猫热。当丫丫、和花、萌兰等“顶流”国宝大熊猫们遇上“五一”的“顶级游客流量”，也让国内众多动物园登上了热门景区榜单。

5月3日，驴妈妈旅游网联合奇创旅游集团也发布《2023“五一”假期出游盘点报告》显示，“五一”假期驴妈妈平台全国十大热门景点包括：广州长隆度假区、成都大熊猫繁育研究基地、珠海长隆海洋王国、慕田峪长城、包头海洋世界、沈阳森林动物园、云南民族村、上海动物园、黄贤森林公园、南京栖霞山风景名胜等。

此外，相较疫情之前，游客对景区的偏好也更多元，对高水平文化产品的需求更为强烈。“旅行+演艺”“旅行+看展”“旅行+刷博物馆”越来越受市场青睐。

据悉，故宫博物院、中国国家博物馆、陕西历史博物馆、南京博物院、上海博物馆、辽宁省博物馆等国内众多文博景区假期门票连日约满。各地推出的沉浸式演艺、江河夜游、非遗演出等项目也是预订火爆，一位难求，旅游在周边消费场景的溢出效应愈发明显。

位于江西景德镇的高岭村景区在“五一”期间，除了网红项目大唐茶市沉浸式演出之外，还推出了热气球嘉年华以及篝火音乐会、非遗打铁花等夜间观光游览项目，丰富了游客旅游体验，人气火爆。四川达州巴山大峡谷景区在“五一”期间，推出了针对达州市民免门票优惠，同时重磅升级《梦回巴国》沉浸式峡谷情景演艺，举办土家人灯火、沉浸式峡谷闯关等众多精彩活动，也成为西南地区的热门旅游目的地。

奇创旅游集团总裁马磊表示，旅游需求端的升级迭代，对供给端提出了更高的要求，也不断推动着文化旅游的高质量融合发展。作为市场主体的旅游企业要坚持以“文塑旅、旅促文”为理念，依靠创新和运营导入，实现文化和旅游“1+1>2”的自我造血、内源性可持续发展。同时，用文化的深度体验性和内涵吸引力增添旅游的内在价值，用旅游的“欢乐加持”和运营效益让文化释放经济效益，再结合科技赋能等手段，让好的文化不但阳春白雪还能寓教于乐，让好的旅游不仅网红打卡，还是人文大赏，激发出不一样的创新活力、内生动力。

中国社科院旅游研究中心特约研究员、新时代文旅研究院院长吴若山认为，此次“五一”假期旅游需求井喷，显示我国旅游市场有极强的发展韧性和蓬勃的活力。要保持旅游消费长期向好的势头，各地必须继续加大业态创新供给，实施更为精准的品牌营销和个性化的旅游品牌塑造，持续提升服务水准，更好实现旅游消费对经济增长的促进作用。

## 大学生的小长假：与时间赛跑

赵子衿

2023年，被各种预热、反复“预警”的“五一”小长假在浩浩荡荡的“人从众”中，许多在校大学生充当了跑得最快的领头羊——他们正在进行青春与时间的赛跑。

几乎所有受访的大学生均有表示，三年前，突然到来的新冠疫情，让自己精心制定的“高中毕业旅行计划”“周末打卡清单”以及“小长假、寒暑假出游规划”彻底泡汤。

“尽管很清楚假期的旅行之路必定爆满，但我们还是选择到外地。”北京第二外国语学院外语学院的乔雯宇同学说，社交媒体上各种关于假期的人流预警虽然多少产生些心理影响，自己还是和朋友一致决定，用宝贵的五天换一场浪漫的旅行。“随大流的大背景下，我们尽量安排合理、错峰出行。”一个有效的攻略——人少的时候去景点打卡，对小乔来说比较受用。在青岛奥帆中心，推荐游览时间是晚六点，他们提早到下午四点。同样，作为精力更足的年轻人，他们会在凌晨四点赴海边看日出，再回酒店睡个回笼觉。这样一来既享受了别样的海滨风情，又错开大批的游客。“我认为大学生能更灵活地使用小红书等软件，获取更充分、更及时、更细节的旅游攻略和经验分享，制定更合理、更适应自身节奏的旅行计划，这样其实提高了出行的效率与体验感。”

在北京上了三年学，都快毕业了，却一直没有机会好好认识一下这个城市，也没怎么和在北京其他学校的朋友们聚过。同样在北京上学的郭远航打趣道：“假日去各大高校游览参观是很好的出行选择，躲过人群的同时还可以细细品味一座城市的文化底蕴与丰厚历史。”对她来说，小长假去外地旅行不一定是最佳选择。这个“五一”，她前往北京其他高校去“打卡”。

郭同学表示，在不一样的校园里，与朋友聚餐、喝咖啡，还结识了新的朋友，甚至为自己未来的出行计划找到了新同伴。“这样的假期可能有些与众不同，但我认为很有意义，也有很不错的体验感。我希望在接下来的周末和假期中可以多去不同的学校走一走，好好感受这座生活了四年的城市，不给自己的大学生活留遗憾。”

除了“出游派”和“留守派”，“回家派”也紧紧把握着珍贵的小假期。“我很想补偿我的家人。”在北京高校就读的齐原同学在假期回到了家乡——河北唐山。“无论是作为女儿还是姐姐，我希望给家人更多的陪伴。相对来说，去哪儿玩、玩什么可能没那么重要了，陪伴是第一位的。在她眼里，假期的幸福感与体验感都有了很大的提升。”她说，过去三年，虽然家离北京很近，但是回去一趟并不方便。现在来去自由了，父母虽然支持自己去外地旅行，但她还是希望把难得的假日用来回家陪伴父母。“有女儿的陪伴，我相信他们会更开心！”

无论是出行、留守还是返乡，在过去的三年，大学生似乎与假期“绝缘”：无暇享受，所以无须规划。而实际上，三年的“假期缺失”让越来越多的大学生想明白：想怎样安排假期、能怎样安排假期、自己安排的假期到底应该怎么过。他们弥补遗憾的方式，是提高当下与未来出行的质量与效率，同时体现出了一种以人际关系为核心的关怀：把假期与陪伴挂钩，治愈着家人、朋友和爱人，调整自我情绪与精神状态，为生活注入了新的动力。

五四青年节来临之际，这些年轻人结束了与时间赛跑的假期，正整装待发，准备着新起点上的新赛程！

闲话闲游

## 厦门：“五一”热门地也可诗情画意游

郭秀萍 本报记者 照宁

“本来已经做好了人山人海的准备，没想到‘解锁’新玩法后，出行比想象的休闲、轻松很多，既有诗意又有烟火气。”5月1日，带孩子去厦门市同安区乡厨争霸赛活动现场品尝“海蛎煎”等海味美食的游客周女士告诉记者。

一城春色半城花，万顷波涛拥海来。独特的城市风情让每个假期的厦门都成为国内热门的旅游目的地，今年的“五一”假期也不例外，各景区、文化场馆、热门景点等人气攀升，以鼓浪屿景区为例，“五一”假期前两日，厦门市鼓浪屿航线共运行往返航班1000多班次，运输乘客超20万人次。

“按计划我们要去鼓浪屿，但连续两天船票都售罄了，还好有‘厦门景区客流量分布查询’这个神器，显示‘红色’标志人群拥挤的景区，我们果断放弃了。”周女士告诉记者，来厦第一天，目的地由鼓浪屿改成山海健康步道，“在步道上俯瞰近百年历史的上李水库，精致大气的园景，仿佛到了瑞士。往前走一段到三面环海的海归塔，又是一幅‘城在海上，海在城中，山海相连、城景相依’画卷，非常舒适和富有诗意，不虚此行。”

周女士使用的“厦门景区客流量分布查询”，是厦门市工信局、大数据管理局、文旅局等部门联合打造的，在4月28日上线的景区客流量感知平台，方便市民游客实时查询各大景点客流与车流情况，从而错峰合理制定出游计划，这是厦门市发力“文旅+”，营造良好旅游环境的举措之一。

除了加强“服务”内核，今年“五一”假期，厦门市文旅市场还加强产品供给，推出多种玩法和数百款文旅深度融合特色服务，让市民游客的选择不再局限于热门景区。如“五一”期间举办的2023年翔安民俗文化节，现场有沉浸式汉服T台秀、农民画彩绘DIY等精彩活动，市民游客可体验闽南海洋文化与世界当代艺术；厦门歌舞剧院交响乐团和厦门爱乐乐团在环岛路音乐广场联袂献上交响音乐会，让市民游客吹着海风感受“音乐之岛”的浪漫生活；思明区中山路商业街、湖里区古地石广场、集美区十里长堤都推出了街头文化品牌展演，为市民游客呈现一场精彩的文化盛宴；以“心动五一·欢购厦门”为主题的“2023厦门消费季”，共举办88场主题活动，线上线下共同营造火热消费氛围……

“我们将持续加强文旅产品供给和品牌建设，着力打造高品质、体验旅游、高质量‘文化旅游’。”厦门市文旅局相关负责人表示，厦门将全力以赴加快打造“文化中心、艺术之城、音乐之岛”，加快建设世界一流旅游休闲城市，全方位推进文化和旅游深度融合高质量发展，吸引更多全国及海外游客来厦。



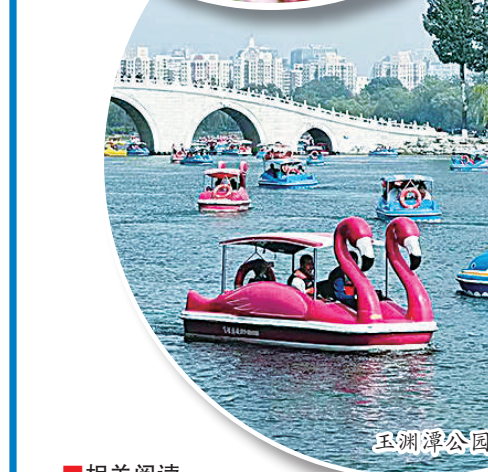
近日，在北京市顺义区空港街道中群祥云小镇，充满艺术感的鲜花景观点缀街头，以花为主题，吸引不少市民乐游“花园小镇”。  
本报记者 齐波 摄



国家植物园



香山公园



玉渊潭公园

相关阅读

## “五一”假期北京市属公园 接待游客295.37万人次

本报讯(记者 刘圆圆)5月3日，记者从北京市公园管理中心获悉，今年“五一”假期，北京市属公园迎来客流高峰，累计接待游客295.37万人次，同比增长173.47%，比2019年同期增长21.03%。其中，颐和园、天坛公园、北京动物园位列市属公园总游客接待量前三位。

节日期间天气晴好，牡丹、花毛茛、鲁冰花等晚春花卉盛开，各地游客与赏花市民纷至沓来。为了让市民游客充分感受北京市属公园“名园文化游、生态花海游、科普活动游”的多重假日氛围，市公园管理中心强化游园服务保障，以引导预约、预判分析、动态调控相结合的方式，安全有效提升热点公园景区旅游供给，5月1日、2日迎来客流高峰，其中5月1日接待量达73.51万人次，创近年来“五一”假日历史新高。

节日期间，香山公园、陶然亭公园、中山公园迎来大批青少年游客，在假日游园中参观展览、聆听讲解、追忆红色记忆；颐和园、天坛公园、北海公园通过文创体验、科普宣讲等多种形式展现名园历史文化，为游客送上美好祝福；国家植物园(北园)、景山公园、玉渊潭公园、紫竹院公园等繁花似锦，成为今年假日休闲游的新热点。

此外，“五一”假期，文创新品持续引发消费热潮，玉渊潭樱花冰淇淋、天坛祈福冰激凌、香山文创雪糕成为热门单品。颐和园文创雪糕“重装”上线，共推出2款4个口味雪糕，雪糕从口感、包装、文化内涵三个方面进行了升级，上市两天销售过万根；天坛公园推出“八音器”盲盒、祈福、花语及宫廷人物冰淇淋，“五一”限定饮品“苦尽甘来”等，丰富游园体验；北京动物园北极熊文创店推出5款新品，包括白熊毛绒玩具、白熊挂件、熊猫冰箱贴等。

据北京市公园管理中心介绍，进入5月，一年一度的月季、芍药花期将如约而至，在国家植物园(北园)、天坛公园、景山公园等多处栽植，极具规模。5月18日，中国园林博物馆即将迎来开放十周年，系列展览和科普活动将陆续开展。