

(内部资料 仅供参考)

文化产业信息动态

第 1 期

台儿庄古城管委会文化产业部

2021 年 1 月 18 日

目 录

- 1、“安”然开局 旅游业新年迎“开门红”
- 2、2021 中国旅游向内发力

“安”然开局 旅游业新年迎“开门红”

来源：经济参考报 2021年01月07日 记者 韦夏怡

元旦假期告一段落，2021年正式拉开序幕。在刚刚过去的小长假中，旅游市场出游防疫两不误。在坚持不放松、提高警惕，继续紧抓疫情防控工作，保障游客安全出行同时，各地也迎来了新一年“红红火火”的新开局。

供需两旺 各地旅游新年迎“开门红”

元旦假期期间，各地文旅行业努力克服疫情影响、积极适应市场变化，旅游市场纷纷迎来新气象。

“网红”海南三亚市旅文局发布的元旦小长假旅游接待情况显示，1月1—3日三亚接待游客40.74万人次，实现旅游总收入9.64亿元。海南省7家离岛免税店总销售额（含含税）更是超过5.5亿元，同比增长超过200%。

具体来看，2020年12月31日至2021年1月2日，三亚市进出港旅客32.23万人次。其中火车站进出站旅客13.55万人次；凤凰机场进出港旅客18.68万人次。2021年1月1至3日，三亚接待游客40.74万人次。抽样调查显示，三亚旅游饭店平均开房率为69.44%。

除了海南，各省市旅游市场也“红红火火”。贵州省元旦节假日期间，累计接待游客656.28万人次，实现旅游收入约36.14亿元。贵州省文化和旅游厅数据显示，元旦节假日期间，民航累计进出航班1193架次，进出港旅客14.48万人次；铁路累计进出列车1148趟车次，接送旅客61.5万人次。此外，元旦节假日期间星级酒店（民宿）入住率大幅

提升，纳入监测的 143 家旅游饭店平均出租率为 42.44%，平均出租率超过 70% 的有 18 家，省内一些主题酒店和旅游精品客栈“一房难求”。

来自河南省文化和旅游厅数据显示，全省元旦假期共接待游客 1025 万人次，旅游收入 42.54 亿元。2021 年 1 月 1 日至 3 日，栾川、林州等重点旅游市县以及龙头景区的游客量、旅游收入增长迅猛。其中，表现最为抢眼的老君山景区共接待游客 2.4 万人次，与 2019 年同期相比增长 1500%，旅游收入 541.8 万元，与 2019 年同期相比增长 3736%；云台山景区共接待游客 6.72 万人次，与 2019 年同期相比增长 967%；方特欢乐世界共接待游客 2.58 万人次，与 2019 年同期相比增长 96.63%。

热门旅游目的地广东和广西也收获颇丰。来自自治区文化和旅游厅数据显示，假日期间，全区共接待游客 748.26 万人次，实现旅游消费 53.11 亿元。广西旅游大数据显示，全区接待游客中，区内游客占比约为 63.4%，广东游客占比约为 13.7%，区内游客成出游主力军。

截至 2021 年 1 月 3 日下午 2 点，广东省元旦假期三天共接待游客 1169.1 万人次，旅游总收入达 67.5 亿元。尤其假期的前两天，客流量就达到了 119.78 万人，相较于去年元旦假期同比增长 84.3%，营收 1.797 亿元，同比增长 51.8%。此外，山西省也在元旦假期接待游客 628.96 万人次，实现旅游综合收入 22.01 亿元。

马蜂窝旅游发布的元旦小长假旅游消费数据显示，经历

了 2020 年的疫情影响，元旦小长假走出家门的中国游客不仅更重视安全质量，更舍得在旅游消费上花钱。数据显示，元旦小长假期间，平台上各品类产品平均客单价均有不同幅度的上涨，其中酒店预订客单价相比去年同期上涨 32%，当地游平均客单价同比上涨 12%。

来自携程数据也显示，元旦假期期间，全国多地一房难求。3 星级酒店价格同比增长达 23%；4 星级酒店价格同比增长达 21%；五星级酒店价格同比增长 17%。按酒店间夜量排序，上海、北京、杭州、长沙、南京、三亚、广州、厦门、重庆、哈尔滨位列前十。

短途游、本地游仍是主流 “00 后” 成出游主力

通过比对携程平台用户搜索关键词，机票、火车及酒店预订数据可以发现，今年元旦小长假期间，虽然全国范围内偶有疫情出现，但市场整体呈现平稳有序格局，在“限流、预约和疫情防控”的措施下，群众出游意愿稳步回升。

综合来看，基于当前疫情防控需求以及高速公路不实行免费通行等政策影响，短途游、本地游仍是主流出游方式。马蜂窝旅游研究中心负责人冯饶介绍，元旦期间各类深度游、温泉滑雪、私家团等产品销售超过预期，拉动了旅游度假产品客单价的整体上涨，温泉和滑雪仍是马蜂窝旅游 APP 上搜索热度最高的旅游玩法。

从供给和需求两端发力，河南省各地推出一批高品质冬游产品，形成了需求牵引供给、供给创造需求的良性循环，泡温泉、观冰挂、滑雪等成为游客“打卡”的热门项目。洛

阳白云山推出“冰雪奇遇季”，高山雪景令游客震撼。林州市通过增加写生基地供暖设施，解决了冬季写生留不住人的问题。而随着2022年北京冬奥会临近，国内冰雪运动热度持续上升，滑雪热门目的地张家口市酒店也“一房难求”。携程数据显示，五星级酒店间夜量同比激增1005%、四星级酒店间夜量同比增长561%、三星级酒店间夜量同比增长1076%。

出游人群方面，来自携程平台的数据显示，元旦假期出游群体年龄分布中，“60后”占比3%、“70后”占比8%、“80后”占比16%、“90后”占比39%、“00后”占比34%。其中，女性用户占比52%略高于男性用户的48%。“90后”和“00后”组成的年轻一代已经成为今年元旦假期的出游绝对主力。山西省文旅厅数据也显示，青年游客成为主要客源。元旦假日期间，山西省接待游客的年龄段分布情况为：26—35岁占比最高，为33.23%；其次为36—55岁年龄段和19—25岁年龄段，占比分别为24.8%和18.64%。

激活内需动力 旅企新年谋复苏

受全球爆发新冠肺炎疫情影响，2020年旅游行业遭受较大冲击。行业内企业经营压力增大，不仅面临现金流的收缩，还承受人工成本、房租成本等较大的刚性成本支出。2020年前三季度，景区类、酒店餐饮类和旅行社类企业多呈现亏损状态，旅游发债企业为补充流动资金以及必要的资本性支出，融资规模有一定增长。联合资信分析师杨学慧指出，2020年前三季度，旅游发债企业债券市场融资规模为去年全年融资

额的两倍多，行业债务负担有所加重。随着疫情防控的常态化，国内游在不断恢复中，同时考虑到疫情的预计持续时间，出入境游仍将受到较大影响，短期内行业内企业经营压力仍然较大，2020年旅游企业全年业绩预计以亏损为主，亏损局面或将延续至2021年上半年。

近万亿出境游消费需求回流，正在为国内旅游市场带来全新的发展机遇，并加速推进旅行社旅游产品品质化升级。而在常态化疫情防控条件下，2021年聚焦国内游的旅游行业仍将面临持续考验。发掘内生动力，激活内需市场逐步复苏仍然是旅游业的主方向。其中，新营销、数字化升级更成为当前转型突破的新助力。疫情常态化期间，云旅游、直播带货为旅游企业拓展出了新场景、新发展空间。而基于5G技术的智慧文化和旅游系统建设，在产品打造、公共服务设施建设、新体验、新营销、市场管理、产业延伸等方面正加速文化和旅游新方式的出现。国务院常务会议2020年11月确定了支持“互联网+旅游”发展的系列措施，推动互联网、大数据、人工智能和旅游业的深度融合，尤其是要建设智慧景区，通过做好分时预约、流量监测和数字导览等服务，更好地服务大众旅游的需求；2020年12月23日，文化和旅游部资源开发司负责人表示，未来将借助互联网力量做好整合营销，宣传推广一批新兴的旅游产品、旅游目的地。冯饶分析，随着各大目的地和旅游景区景点对旅游线上内容的重视，多元化产品服务和个性化旅游需求之间的信息差被进一步弥合，越来越多适应并满足新兴小众旅游需求的旅游产品将

被推向市场，成为旅游产业发展的新增长点。

元旦假期刚刚过去，春节假期悄然临近。不过，当前游客如何安全出行，成为全社会关注的话题。文化和旅游部办公厅日前发布了《关于做好2021年元旦春节文化和旅游假日市场工作的通知》，要求统筹做好文化和旅游疫情防控和假日市场工作，助力旅游市场恢复和发展，坚决遏制文化和旅游活动中出现餐饮浪费现象，实现假日市场“安全、有序、优质、文明”的目标。继续执行“75%”的政策，即景区接待游客量不超过最大承载量的75%，剧院等演出场所观众人数不超过座位数的75%，上网服务场所、歌舞娱乐场所、游艺娱乐场所接纳消费者人数不超过核定人数的75%。业内人士提醒，对于低风险地区的居民来说，元旦、春节期间需要合理安排行程，减少不必要出行，非必要不安排出境旅游，不要前往国内中高风险地区旅游。

2021 中国旅游向内发力

来源：人民网—人民日报海外版 2021 年 01 月 04 日

2021 年开始了，在常态化疫情防控条件下，中国旅游仍将面临一定的发展压力，但是，这也将是中国旅游业充分发掘内生动力的一年。2020 年，面对新冠肺炎疫情的冲击，中国旅游业练内功、谋转型、寻生机，向新求变，逐步复苏。

中国旅游业界近年来逐渐探索出的品质化、科技化、品牌化发展之路，已越走越清晰。今年是“十四五”开局之年，也将是中国开启新旅游发展之年，中国旅游向上、向前发展的势头不会改变。

红色旅游大发展

今年是中国共产党建党 100 周年，红色旅游必将迎来大发展，为国内旅游高质量发展添上一把火。目前，为了向更多的游客宣传当地的红色名片，讲好当地的红色故事、发展故事，许多地方已积极着手制定红色旅游发展新规划。

文化和旅游部发布的数据显示，2020 年我国红色旅游出游人数超过 1 亿人次，整个“十三五”期间，红色旅游在国内旅游市场中维持 11% 以上的市场份额。经过近 20 年的发展历程，我国红色旅游已形成“红色+绿色”“红色+民俗”“红色+乡村”等多种融合发展模式，成为贫困地区脱贫致富的重要途径，也将持续助力乡村振兴。

此外，近年来，参与红色旅游的游客呈现出年轻化、家庭化趋势，红色旅游已成为重要的“社会课堂”。

唯以品质定胜负

在过去的一年里，出入境游基本处于停滞状态，国内游成为中国旅游市场上的绝对主力。庞大的消费需求固然存在，如何真正吸引游客走进来、留下来，依然是困扰大多数国内景区、景点的难题。新冠肺炎疫情带来的特殊发展背景，让国内许多已习惯于“靠天吃饭”的旅游目的地深刻意识到，仅靠先天的旅游资源难以满足游客的需求。

这一年里，人们的旅游消费习惯发生了重大改变，对安全性、私密性、个性化的追求，较之过去有了很大的提升。价格不再是游客出行决策中最重要的砝码，人们更加注重产品品质和体验，并愿意为高品质、好服务买单。这客观上推动了旅游目的地的转型升级，旅游业的疫后复苏不能是旧有发展模式的重复。“高质量发展”被各旅游目的地频频提及，推动旅游业“高水平复苏”，成为各地旅游发展的指导方针。

正如重庆市文旅委副主任秦定波所言：“旅游已成为一种流行的生活方式，但品质才是旅游业的灵魂。”2021年，越来越多的旅游企业将迎来复苏、重生，旅游业的竞争将会更加激烈，而品质将成为比拼的唯一筹码。

“加分项” 比重越来越高

“了解一个地方，不妨从旅游开始。”近年来，作为展示一地城市形象的窗口，旅游业日益受到地方政府的重视，不仅体现在旅游业成为许多地方的支柱产业，是当地绿色发展的重要组成部分，还体现在旅游业强大的带动作用。

2020年，各类直播售货发展得如火如荼，无论是在助力贫困地区产品销售中，还是在地方特色旅游商品展示中，当

地的旅游资源既是重要的“媒介”，也是独一无二的商品，更成为当地提升知名度的重要途径。相对于经济、文化、历史等而言，旅游是一座城市的“加分项”，如今，它所占的比重越来越高。

旅游即生活。2021年，进入全面小康社会的旅游业将延续其幸福产业的特质，也将成为一座城市“宜居指数”“幸福指数”的重要参照。

“数字化”助力升级

2020年年初，数亿居家抗疫的中国人共同参与了各类“云旅游”“云看展”“云购物”，通过线上的方式旅游，这成为2020中国旅游业发展中一道独特的“风景”。在携程艺龙副总裁白志伟看来，新冠肺炎疫情客观上加速了中国旅游业的数字化、智能化进程。此后，许多旅游目的地加快了各自的数字化建设。

数字化给旅游业带来助力，这一点在浙江杭州体现得尤为显著。作为文化和旅游部公布的首批15个国家文化和旅游消费示范城市之一，杭州充分利用“互联网+”拉动文旅新消费，这是其文旅产业能在全中国领跑的重要原因。通过组织直播带货、依托网络平台推出文旅消费项目、推出“20秒景点入园”“30秒酒店入住”等智慧旅游应用场景等，杭州的旅游业快速恢复，在全国15个副省级城市中恢复程度最高。

2020年11月，国务院常务会议确定了支持“互联网+旅游”发展的系列措施，推动互联网、大数据、人工智能和

旅游业的深度融合，尤其是要建设智慧景区，通过做好分时预约、流量监测和数字导览等服务，更好地服务大众旅游的需求；2020年12月23日，文化和旅游部资源开发司负责人在国新办新闻发布会上表示，未来将借助互联网力量做好整合营销，宣传推广一批新兴的旅游产品、旅游目的地。

（编辑 杨珠峰）