

# 新春交通出行订单量大增 多元需求拓展旅游消费新场景

□ 本报记者 卢岳 实习记者 王紫茜

春节假期临近,消费者的出游热情持续高涨。随之而来的,是飞机、高铁、租车等出行工具的预订量大幅上升。记者了解到,在旅游市场持续升温的背景下,消费者的需求也日益增加。

## 旅游、返乡客流叠加 交通出行订单量大幅增长

1月12日,2024年春运首日车票开售,部分热门线路车票关注度快速上升。同程旅行平台搜索数据显示,一线城市及区域核心城市发往重庆、哈尔滨、贵阳、成都、昆明、西安、长沙、郑州等方向的春运首日车票最为热门。从线路结构来看,74%为高铁线路,抵达热门目的地的日间高铁线路车票最为紧俏。

记者了解到,春节期间,旅游与务工、学生返乡客流的叠加以及受冬季冰雪旅游热的带动,部分高铁线路客流量呈上升趋势,主要城市开往哈尔滨、北京、上海、广州等热门目的地的高铁车票关注度较高。

随着铁路春运售票开启,热门线路的机票搜索量也随之显著增加,广州至哈尔滨、广州至重庆、乌鲁木齐至郑州、深圳至重庆、上海至重庆、温州至贵阳的机票搜索热度上升最快,日搜索量环比增长40%以上。

□ 本报记者 卢岳 实习记者 王紫茜

今年冬天,玩雪、避寒、研学成为旅行出游主旋律。记者了解到,各大景区、网红打卡地热度“爆棚”,民宿、酒店等也迎来入住小高峰。随着冰雪、避寒游等热度不断攀升,各大民宿也纷纷推出特色房源,满足消费者的多元需求。

## 冰雪游、家庭游持续升温 主题民宿预订量大幅上升

春节假期将至,各大景区、网红打卡地“一票难求”,同样迎来预订热的还有民宿。木鸟短租数据显示,截至1月15日,春节假期民宿搜索热度同比上涨15倍。

记者了解到,在冰雪游持续升温的背景下,主题民宿也广受消费者的关注。据悉,顶流哈尔滨持续火热,民宿预订热度位列第一。

小猪民宿相关负责人告诉记者,“从民宿数量增速看,2023年东北地区民宿房源增速最快的目的地主要有延边、锦州、齐齐哈尔、牡丹江、哈尔滨等。值得注意的是,今年同样火出圈的延边,凭借其独特的朝鲜族民俗饮食文化与冰雪风情,吸引众多游客观光体验,民宿房源增速高达217%。而诸如鹤岗、锦州、齐齐哈尔、丹东等非传统热门目的地民宿房源也迅猛增长,东北地区民宿呈现“遍地开花”的态势。”

同时,木鸟短租相关负责人向记者介绍,作为阖家团圆的重要节日,春节家庭游占比比较高。“春节假期,2居室及以上适合家庭入住的民宿订单占比超过4成。”据悉,新年祈福、冰雪温泉、乡村度假、美食休闲、灯会庙会、民俗非遗体验、打卡博物馆等春节人文游深受消费者青睐。北京春节民宿订单中,融合主题乐园、乡村体验、冰雪玩法的通州区民宿订单占比比较高。

此外,全球自驾游平台租车数据显示,元旦刚过,春节自驾游相关旅游目的地热度开始攀升,截止1月第一周,春节期间国内自驾游热度环比增长310%。从目的地来看,国内目的地相较往年明显呈现旅游与回家的分化。回家的消费者更多选择年前自驾出发,主要来自上海、北京、深圳、广州、厦门等城市;而旅游的游客更多选择“飞机+车”或者“高铁+车”的出行方式,从三亚、昆明、深圳、广州、哈尔滨等城市出发,进行一场5天左右的自驾游。

## 沿高铁线一路“打卡” 好吃好玩又“出片儿”目的地受青睐

同程旅行相关数据表明,消费者偏爱的目的地通常具备“有文化”、“网红”、小众以及好吃好玩等特质。特别是对女性消费者来说,一个理想的旅行目的地,好吃好玩是“必须”,能“出片儿”是“必备”。

根据同程旅行预订及话题热度等数据,成都、重庆、三亚、昆明等城市位于2023年度女性最喜爱旅游城市前列。这些城市都有“能出片儿”的打卡地,如成都的宽窄巷子、重庆的洪崖洞、昆明的滇池等。

记者了解到,在国内旅游持续升温的背景下,旅游消费涌现出了一些新场景、新形态,例如“特种兵式旅行”“City-Walk”等。

记者看到,在“特种兵式旅行”目的地的选择上,男性对山岳类目的地较为感兴趣,女性更偏爱交通便利的都市类目的地,主要包括北京、萍乡、重庆、淄博、南京、西安、长沙等。这些目的地以中心城市及高铁路网发达的城市为主,而沿着高铁线“打卡”也成为“特种兵式旅行”的重要特征。对于CityWalk的线路选择主要是当地的文化和中轴线,地标性历史文化街区和热闹的步行街。

“值得注意的是,跟随中国Z世代消费者的脚步,CityWalk也反向输出至国际一线城市。英国伦敦是今年冬季最热海外CityWalk目的地,其他城市包括日本东京、韩国首尔、法国巴黎和美国洛杉矶。”爱彼迎中国业务负责人孔直秋向记者介绍,“中国消费者更倾向于在春节前后开启环球CityWalk,沉浸式感受浓郁的节日氛围和各地不同的文化底色。”

## 旅游市场热度不断走高 带动交通行业消费增长

记者了解到,春节假期将至,旅游市场热度持续走高,进一步带动了交通等行业的消费增长。除了高铁、飞机票预订量大幅提升,出入境租车订单量也呈现出增长趋势。

全球自驾游平台租车数据显示,截止1月第一周,春节期间国内自驾游热度环比增长310%,出境自驾游热度环比增长254%,春节出境订单有望超过去年

国庆峰值。据悉,出境自驾的消费者,第一波集中取车高峰期将在2月3号到来,并整体呈现阶梯式递增,2月5日、7日、10日将是新一波取车高峰。国内自驾方面,集中取车高峰将集中在7-9日三天。

从旅游目的地来看,国内出行方面,消费者更多选择“飞机+车”或“高铁+车”,从三亚、昆明、成都、深圳、广州、哈尔滨、厦门、丽江、大理、海口等城市出发,进行一场5天左右的自驾游。而国际出行方面,春节期间热门目的地将会是泰国、马来西亚、挪威、美国、意大利、新西兰、澳大利亚、西班牙、英国等国。租车相关负责人告诉记者,“这个春节假期,温暖的东南亚、中东和正处夏季的南半球将更受消费者青睐。比如,马来西亚自12月1日开放免签后一个月,自驾游用户增长环比翻倍,预计春节期间还有更大客流。此外,同处温暖地区的沙特阿拉伯是这个春节自驾游‘新贵’,截止1月4日,春节期间订单环比翻倍。”

值得注意的是,“今年春节,北欧国家将格外亮眼,由于2024年是太阳黑子‘大年’,北半球高纬度地区频繁爆发极光,追极光成为春节假期北欧自驾最火热的玩法。截止目前,挪威、芬兰订单量均环比增长500%。同处北欧高纬度地区的冰岛由于前期地质活动频繁,订单环比增长超过200%。”租车相关负责人在接受本报记者采访时表示。

## 玩雪、避寒、研学成冬季出行“三件套”

# 热衷精神消费 吃住玩一体民宿受青睐



## 吃住玩一体化民宿受青睐

时下,玩雪、避寒、研学成为旅行出游主旋律。木鸟民宿报告指出,“滑雪+温泉”“玩雪+火锅”“避寒+看海”等成为民宿预订的热门CP。

记者在采访时了解到,境内外海岛游、冰雪游、研学游热度持续攀升。爱彼迎报告显示,就海岛游来说,泰国、马来西亚和印尼成为今年热门目的地。无论是在泳池沙滩躺平放松,还是上山下海体验“特种兵”式跳岛,消费者能够结合自身兴趣找到属于自己的畅快玩法,从不同视角解锁岛民生活。据悉,为了更好地满足消费者的多元化需求,爱彼迎推出了颇具风格的房源,主要包括“魅力泳池”“热带风情”“近沙滩”“海景民宿”和“冲浪胜地”。

与此同时,花式滑雪的热度也“当仁不让”。途牛数据显示,黑龙江等城市成为假期境内游热门目的地榜单前

列。消费者张女士在接受本报记者采访时表示,“春节假期,我们一家人准备去哈尔滨旅游,看看冰雪大世界、逛逛中央大街。”

此外,境外最热门冰雪目的地包括挪威、冰岛、芬兰等。据了解,“北极风光”“近滑雪场”“国家公园”等特色房源备受喜爱,消费者可以全身心沉浸冬日限定的自然魅力。

值得注意的是,叠加反季旅行的独特乐趣,以及航班、签证等条件优化,让海外研学热度持续提升。爱彼迎中国业务负责人孔直秋告诉记者,“孩子们可以住进‘葡萄园’和‘农场民宿’与田野土地深度接触,也可以在‘冲浪胜地’、‘高尔夫球场’民宿学习新鲜运动项目。”

## 热衷精神消费 演出活动带动住宿等行业增长

《2023年旅游大数据报告》指出,

2023年出游人群中,从年龄分布来看,“00后”和“90后”占比达到了68%。随着旅游业逐步复苏,年轻消费者展现出强烈的旅游热情,旅行对他们来说,不仅是探索和体验,更是一种生活态度的体现,并已成为社交生活的重要组成部分。

爱彼迎中国市场营销负责人张超向记者介绍,“在‘高举消费降级,为爱一掷千金’的矛盾表象背后,是年轻消费者遵从真实需求的底层价值逻辑。他们希望把钱花在自己最认同、认为对自己最有价值的地方。”

2023年,“为一场演唱会奔赴一座城市”的“演艺+旅游”新模式,不仅点燃了演出市场的消费热情,其辐射效应更是带动了当地旅游、住宿、交通等行业的发展。记者了解到,今年元旦期间,演唱会、音乐节、脱口秀、音乐会等各种演出活动云集。携程数据显示,2024年元旦,演唱会及音乐节附近酒店的预订量同比2022年及2019年同期均有所增长,预计今年将延续2023年国内“旅游+演出”市场的繁荣。

消费者张先生告诉记者,“前几天去澳门看演唱会,顺便在这里旅游了两天,去了好几个网红打卡地。”他认为,这不仅是在闲暇之余放松心情、疗愈自我的体验,还是生活理念、生活方式的展现。该消费者还向记者坦言,“作为社交媒体重度使用者,每去过一座城市或者参加各类活动,我都会在社交平台分享随拍照片和心得体会。”由此不难看出,无论是同城观演还是跨城追寻演唱会,消费者越来越注重社交体验以及有价值的精神消费。



□ 本报记者 卢岳 实习记者 王紫茜

近年来,在“冰天雪地也是金山银山”的理论指导下,冰雪消费释放出新活力。记者了解到,近期,哈尔滨火爆“出圈”,成功跻身“顶流”城市名单。哈尔滨为何能火?未来应如何保持长红?

## 提前宣传预热 关注游客反馈

近日,“哈尔滨旅游后劲儿太大”“哈尔滨的惊喜每天不重样”等话题屡登微博热搜。哈尔滨肉眼可见地“火”了。

哈尔滨市文化广电和旅游局党组书记、局长王洪新曾指出,哈尔滨冬季寒冷漫长,平均雪期180天,年均降雪量800毫米左右,穿城而过的松花江封冻期130天左右,是世界公认的天然冰雪资源最佳区域之一。但值得注意的是,哈尔滨能够成功“出圈”,不仅因其具备得天独厚的自然条件,更离不开后天的努力。

黑龙江省文化和旅游厅党组书记、厅长何晶在接受媒体采访时说道,“今年的火爆,其实不是偶然,我们已经做了一年的准备。从2023年年初开始,省文旅厅运用互联网思维,借助所有的新媒体平台多维度宣传黑龙江,并邀请文旅头部博主为黑龙江冰雪旅游进行引流。同时我们也策划了一些高流量IP,比如‘海学企鹅’‘歌声里的黑龙江’,利用这些IP引爆黑龙江旅游市场。”

有了多方宣传还不够,更要了解游客真正的诉求。何晶表示,“要学会用游客思维来换位思考,我们发出的每一个视频,其实更关注底下的评论,游客需要什么我们就上什么。比如有游客在索菲亚大教堂航拍的时候,表示‘有个月亮就更好了’,我们就加装了人工月亮;也有游客说哈尔滨太冷了,我们就造了很多‘小暖房子’;还有游客不知道怎么吃冻梨,我们上架了冻梨摆盘,所有的这些细节都是要让游客感到舒适和被尊重。”

## 彰显特色、优化服务 满足多元消费需求

记者了解到,哈尔滨为迎接八方游客,在凸显当地特色、提升服务质量、优化游客体验等方面,可谓是“诚意满满,拼尽全力”。例如,特色景区冰雪大世界打造七大景观亮点和八大网红亮点,包含冰钢琴、龙腾之韵光影秀、超级冰滑梯、冰雪秀场等。其中,今冬全新修建的冰雪秀场备受瞩目,来自12个国家的50位优秀演员倾情演绎花样滑冰、马戏、杂技、舞蹈等剧目,为游客献上冰雪视觉盛宴。

当然,哈尔滨的“花式宠粉”还不止于此。记者了解到,冰雪大世界开园当天,游客因排队时间较长玩不上项目,要求退票。随后,官方立即退票、致歉,采取延时服务等方式,提升景区服务品质。跨年夜,黑龙江省旅游工作联席会议办公室又发布了一封感谢信,朴素且真挚。信中向来自海内外的游客表达了感谢,“这个冬天,您的传扬,把很多龙江人都‘整不会了’,您的支持鼓励,真顶。”同时,也发出了诚挚的邀请,“纸短情长,龙江大地每一天都有讲不完的新故事、新变化、新气象,诚邀海内外的游客朋友们常来走走。第九届亚冬会将于2025年2月在哈尔滨举办,诚邀您再来冠军之城。”

此外,小猪民宿哈尔滨冰箱贴民宿房东刘女士向记者介绍,“有很多南方的客人第一次来东北,担心他们准备不够充分,容易冻着,民宿里配备了充足的暖宝宝,希望南方客人感受到家一样的温暖,和我们东北人的热情!”这种暖心场景在当下的哈尔滨处处可见——担心游客累了,当地“老铁”开私家车免费接送;天寒地冻,周边餐厅随时提供免费红糖姜茶供游客品尝。

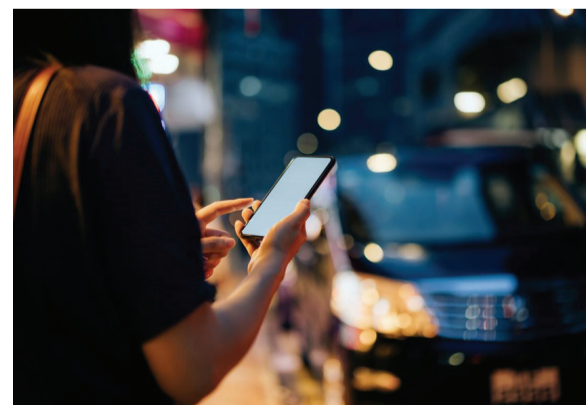
## 南北联动 打造文旅发展新模式

除了“花式”宠粉外,记者了解到,近期哈尔滨与广西的“双向奔赴”也被网友津津乐道。起因是11位来自广西南宁的小朋友到哈尔滨研学,这些萌娃被当地“老铁”热情款待、悉心照顾。为了答谢,广西将重达189吨的砂糖橘、沃柑从南宁发往哈尔滨,而收到礼物的“东北老铁”又回赠了10万盒优优蔓莓运往南宁。

由此不难看出,“这场南北联动,展现了地方之间的友好合作和互助精神。”中国数实融合50人论坛智库专家洪勇在接受本报记者采访时说道,“不仅如此,哈尔滨和南宁的‘双向奔赴’也为文旅融合发展提供了新方向和新选择。”

北京社科院副研究员王鹏指出,“首先,它强调了地区间合作的重要性。通过推广各自的旅游资源和特色产品,吸引更多的游客,实现旅游市场的共赢。其次,突出了旅游与文化的紧密结合。在研学活动中,小朋友们亲身体验不同地区的文化特色,这种体验式旅游有助于加深游客对目的地的了解和认同。再者,这种互动模式展现了旅游业的创新潜力,通过礼物交换、旅游邀约等新颖的形式,南宁和哈尔滨成功吸引了媒体和公众的关注,为两地旅游业带来了额外的宣传效应。”

未来,如何保持长红并进一步带动旅游业协同发展、释放旅游经济活力成为哈尔滨及其他城市值得思考的问题。对此,品牌定位专家詹军豪在接受本报记者采访时表示,“第一,通过开发更具地域特色、文化内涵的旅游产品,满足消费者多样化需求。第二,旅游产业需要同交通、餐饮、住宿等相关产业密切配合,实现产业链优化升级。第三,运用大数据、人工智能等技术,提高旅游业的智能化程度。第四,加强旅游宣传推广,提升旅游目的地的知名度和美誉度,以此吸引更多消费者。”



□ 本报记者 卢岳

近日,商务部等12部门联合印发《关于加快生活服务业数字化赋能的指导意见》(以下简称《意见》)。《意见》围绕丰富生活服务业数字化应用场景、补齐生活服务业数字化发展短板、激发生活服务业数字化发展动能、夯实生活服务业数字化发展基础、强化支持保障措施等5个方面,提出了19项具体任务举措,进一步推动提升交通运输、文化旅游等领域数字化水平,驱动生活服务业向高品质和多样化

# 数字赋能为顺风车体验、安全“加分”

升级,在促消费的同时,更好满足人民日益增长的美好生活需要。

业内人士指出,作为数字化赋能下消费者感知最深的细分之一,移动出行已是生活中不可或缺的一部分。其中,顺风车更以共享、低碳、环保等标签,成为日常通勤、旅行乃至春节返乡的“更优选择”。在数字化赋能的背景下,顺风车行业将围绕技术创新、服务升级、安全加码等方面发力,在不断扩大有效需求同时,激发出行消费市场活动新动能。

## 技术创新 助力乘车全环节体验升级

“临近春运,要带刚满三岁的孩子一起回老家,但考虑到秋冬病毒季换乘多种公共交通工具存在感染风险,最终我们选择通过出行平台,很快找到了从北京到长春的顺风车主,一起结伴回家。”

在北京工作八年的王女士告诉记者,从去年春节开始,选择搭乘顺风车的人越来越多,“尤其是老人、孩子同行的,这种方式不仅方便,而且安全方面的举措也更完善。”

北方工业大学教授纪雪洪在接受采访时表示,作为缓解区间出行压力的有益补充,顺风车在日益完善的监管和科技创新下,在服务举措、安全保障等方面,都为司乘双方带来了更高的体验,“通过大数据和人工智能不断优化算法,实现更好为用户预测、匹配出行需求,更精准规划路线,降低低消费者的用车成本同时,也进一步挖掘了更深层的出行需求。”

记者了解到,在顺风车等出行平台进入更多生活场景后,如何为消费者打造更快更优更“智慧”的出行,也成为出行平台进一步拉动有效需求并扩大消费的核心点。

“通过持续创新升级产品机制及规则,为乘客带来叫车、乘车、支付等各环节

的更高体验是关键。”嘀嗒出行创始人、总裁宋中杰在接受记者采访时表示,平台基于大数据、人工智能、算法和高级导航等技术应用的创新,不断细化和完善自动驾驶、代人叫车、先乘后付、场站指引、高速费分摊新规则以及线上支付等新功能,有效提升了行程前中后的效率和体验,“例如我们的专有技术,支持每秒超过18000个路径规划请求,让乘客上车更快、等待更短。”

## 安全加码 满足消费者最根本需求

记者了解到,2023年7月31日,国务院办公厅发布国家发展改革委关于恢复和扩大消费措施的通知,要求持续提升消费服务质量水平,全面开展放心消费行动。除了数字赋能下的出行更优体验,提高防范化解风险的能力,也成为移动出行平台发展的关键。

“数据驱动决策让出行平台对用户的行为、偏好、需求有了更多依据,也为实时监控和安全加码提供了更强大的支

持。”中国数实融合50人论坛智库专家洪勇表示,“安全”是出行消费者的首要需求,确保用户数据隐私安全,通过实时数据分析预测进行风险预警、处理潜在交通风险,以数字化技术不断加码信息和人身安全,是扩大出行消费根本需求的关键。

面对移动出行市场最为关注的“安全”问题,宋中杰认为,只有实现安全保障功能的精细化、智能化、前置化、实时化,才能为用户带来更完备的智能安全体验和服务。

“比如针对安全护航,基于智能语音外呼应用场景的大幅扩展,更多特殊场景专项保护,算法标签识别、安全风险提示,以及行程录音语义分析等前沿技术手段,都能够进一步提高对风险的防范和预警,从而最大限度保障司乘安全。”

## 为持续拉动消费注入新潜能

在2023年12月召开的中央经济工作会议中明确提出,做好明年经济工作,要坚持“稳中求进、以进促稳、先立后破