

2023年元旦假期消费调查

元旦节假期国内旅游收入265.17亿元
全国文化和旅游假日市场总体安全平稳有序

■本报记者 许洁

本报 经文化和旅游部数据中心测算,2023年元旦假期,全国国内旅游出游5271.34万人次,同比增长0.44%,按可比口径恢复至2019年元旦假期同期的42.8%;实现国内旅游收入265.17亿元,同比增长4.0%,恢复至2019年元旦假期同期的35.1%。全国文化和旅游假日市场总体安全平稳有序。

都市休闲、周边游仍占主流,中远程旅游稳步复苏。元旦期间,城市周边游、近程游、休闲游仍是主流,冰雪、温泉、逛乐园、游湖、露营、围炉煮茶、酒店剧本杀、街区休闲、古镇漫游、看烟花、登山等高品质玩乐体验受到年轻人青

睐。北京圆明园、颐和园、紫竹院、什刹海等同步启动假期冰场或雪场活动,吸引不少亲子家庭前往体验。东北冰雪大世界、亚布力、长白山、中国雪乡、“北极”漠河等经典冰雪旅游目的地吸引不少游客体验冰天雪地别样乐趣。中远程旅游稳步复苏,长三角、珠三角成为西南、西北、中部地区旅游目的地的主要客源地,三亚、西双版纳、昆明、厦门等地成为北京和东北三省游客“避寒跨年”主要旅游目的地。

民俗体验带热传统文化,跨年仪式感渐成新风尚。元旦期间,充满欢乐祥和迎新氛围的跨年活动受到年轻人追

捧,各地灯光秀、烟花、跨年敲钟等文化体验活动广受欢迎。上海迪士尼、长沙橘子洲头、深圳世界之窗以及香港、澳门等地举办烟花表演迎接新年,南京牛首山、无锡灵山、苏州寒山寺等地开展撞钟祈福活动,上海外滩、成都双子塔、武汉江汉路、重庆解放碑等地万人倒数零点钟声迎接新年。北京八达岭长城景区开放夜长城,成都天府双塔呈现218米高空“云端跨年”灯光秀,山西太原汾河公园华灯、宁夏银川“塞上湖城”华灯为市民喜迎新年增添节日氛围。

文旅活动有序开展,惠民措施助推文旅消费回暖。文化和旅游部组织各

地因地制宜开展丰富多彩的“村晚”系列活动,鼓励利用剪纸、年画、灯彩等非遗项目,营造浓厚的节日氛围。新年戏曲晚会、新年音乐会直播等丰富了节日供给。海南举办2022年海南国际旅游岛欢乐节活动并面向全国发放1000万元旅游消费券,以“冰雪之都,创意无限”为主题的第24届哈尔滨冰雪大世界开园,山西、河南洛阳等地纷纷推出门票优惠及门票减免等活动,湖南开展百余场内涵丰富的非遗宣传展示和民俗活动,重庆启动“2023爱尚重庆·迎新消费季”活动,助推文旅行业在疫情新形势新变化下的复苏。(郭冀川)

元旦档电影票房收入超5亿元
多家上市公司再接再厉角逐春节档

■本报记者 谢若琳 李豪悦

电影市场活力重燃,元旦档期间(2022年12月31日至2023年1月2日),截至1月2日18时记者发稿,国内电影票房收入突破5亿元。

“市场整体表现超出预期,IMAX厅几乎满座,甚至10点场都有不少观众。”北京地区某影城经理告诉《证券日报》记者,尽管元旦档上映影片不少,但影片类型和质量都值得称赞,其中次新片《阿凡达:水之道》(以下简称《阿凡达2》)挑起了票房大梁。

“2023年元旦档可谓开门红!”聚影汇创始人朱玉卿对《证券日报》记者表示,元旦首日票房就达到2.5亿元,其中《阿凡达2》在上映两周后,仍能贡献日票房1亿元,这是值得欣喜的,说明我国的观影消费潜力充沛。而今年的春节档也值得期待。

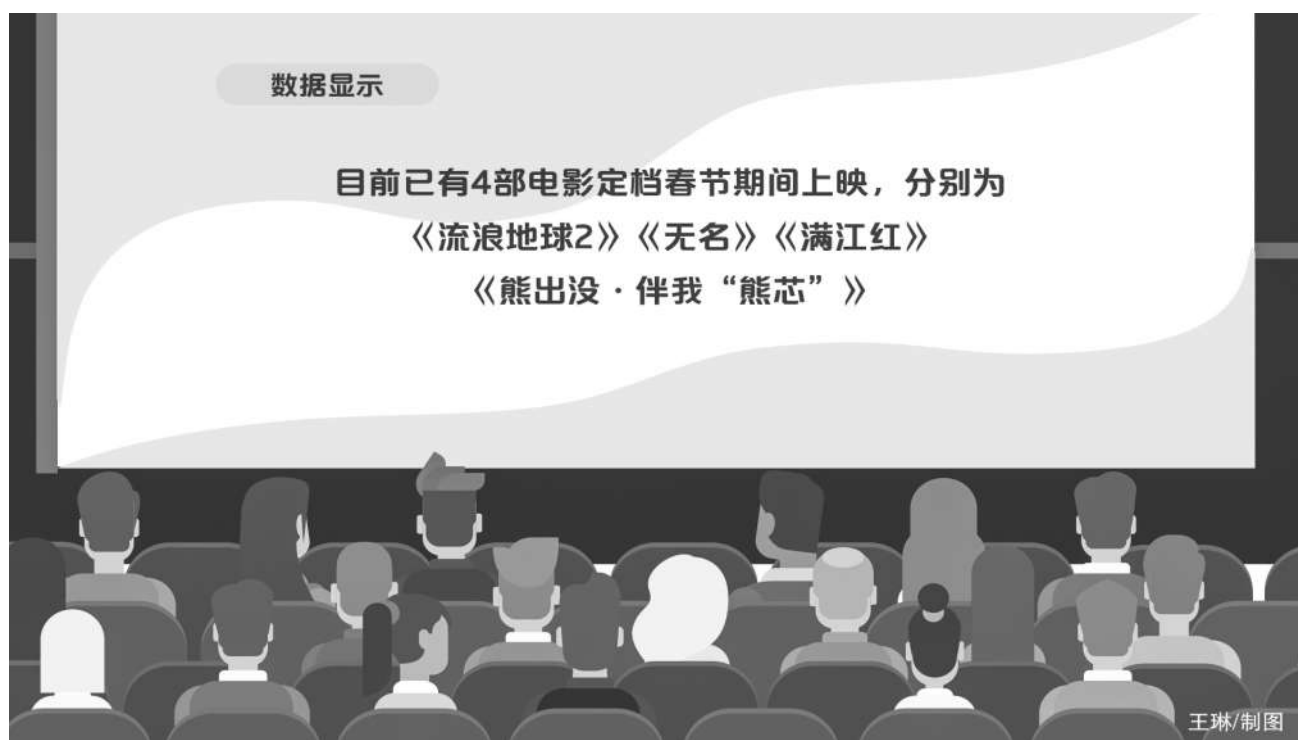
数量不多质量取胜
元旦档仅2部新片上映

2023年元旦档仅上映2部新片,分别为喜剧电影《绝望主夫》和动画电影《榫卯餐厅》。两部影片皆为2022年12月31日上映,元旦当天无新片上映。

从数量来看,今年元旦档创近五年来新片上映数量新低。2022年元旦档共有6部新片上映,元旦档总票房突破10亿元。

尽管今年上映的电影数量不及往年,但是整体表现可圈可点。整体来看,截至1月2日18时,元旦档票房排名前三分别是《阿凡达2》《想见你》《绝望主夫》,三部电影分别于2022年12月16日、2022年12月24日、2022年12月31日上映。

其中,《阿凡达2》元旦档期票房突破2.6亿元,该片总票房也达到了11.15亿元。值得一提的是,《阿凡达2》的热映推高了CINITY、IMAX等高新技术类的



观影需求,院线公司收益颇多。

例如,中国电影旗下中影CINITY为《阿凡达2》影片在国内首映活动的独家放映合作伙伴。去年底,中影CINITY宣布与万达电影达成合作,将与其共建100个CINITY影院。

IMAX方面也在《阿凡达2》上映首周宣布,该影片以仅占1%的银幕数贡献了高达27%的票房,一举创下IMAX在中国市场历史最高的开画市场份额。全国票房排名前20的影城中有18家是IMAX影院。

已有4部电影定档春节档
多家上市公司参与其中

元旦档的表现也让市场对2023年

春节档充满了期待。

灯塔数据显示,目前已有4部电影定档春节期间上映。分别为吴京、刘德华等主演的《流浪地球2》,梁朝伟、王一博等主演的《无名》,张艺谋执导、沈腾等主演的《满江红》以及系列动画片《熊出没·伴我“熊芯”》,这4部电影淘票票想看人数分别超过72万、46万、11万、6万。

记者注意到,上述四部电影背后,有82家公司(未去重)参与出品发行环节,共享票房蛋糕。其中,阿里影业、万达电影、中国电影等公司参与了多部影片。

具体来看,《流浪地球2》的主要出品方包括中国电影、郭帆(北京)影业有限公司等;《无名》的主要出品方包括上海博纳文化传播有限公司、阿里影业等;《满江红》的主要制作方是北京欢喜首映文化有

限公司,出品方包括光线影业、中国电影;《熊出没·伴我“熊芯”》的主要出品方包括浙江横店影业、万达电影等。

朱玉卿告诉记者,2023年电影行业的关键词是“复苏”。“目前来看,供给不足的情况依然存在,近三年积压了多部重磅影片,如果这些影片能在2023年上映,今年的市场份额有望恢复至2019年的七成,即年票房收入在450亿元左右。”

“当前,电影行业的生态环境发生了重大变化,供给侧改革持续进行,一方面政策自上而下进行引导,另一方面行业面临的竞争环境更为严峻,因此未来电影行业必将进入高质量发展的阶段,从业者应该加强精品意识。尤其是对创作层面而言,需要与观众、时代同频共振。”朱玉卿进一步表示。

全国多商圈元旦齐迎客流高峰 商家收获“开门红”

■本报记者 李昱丞 见习记者 丁 蓿

2023年元旦小长假期间,各地重点商圈客流恢复明显。《证券日报》记者在走访中看到,不少餐厅再现排队等候,各门店促销活动亮点纷呈。不少商家表示,新年新气象,元旦销售迎来“开门红”。

业内人士表示,随着疫情防控措施逐步优化,元旦消费市场回暖势头明显,彰显出我国内需市场的巨大潜力,是一个较好的开端。未来需要从提高居民消费信心、消费能力等方面入手,继续提升内需对经济增长的拉动作用。

各大商场客流量大幅增长

2022年12月31日晚跨年夜,上海外滩、深圳欢乐港湾、石家庄中山东路、长沙黄兴路步行街等全国各地多个重点商圈齐迎客流高峰,人潮的回归开启

新年新篇章。

元旦小长假期间,《证券日报》记者走访深圳多个商圈看到,临近中午时间,各大商场人流量快速增长。

“元旦假期客流量明显增多,深圳卓悦中心店1月1日当天11点半就已经满台,并开始全天等位,到当天晚上8点,仍然有262桌等位。巴奴火锅在广州新开的门店,即使是工作日中午也会出现等位的情况。希望各门店都能在2023年销售创新高。”巴奴火锅相关负责人向《证券日报》记者表示。

各大品牌也打响了促销战。“多倍积分”“折扣满减”等丰富的促销活动让顾客应接不暇。一位女装品牌门店工作人员告诉记者,“商场方和品牌方同时在元旦期间推出了多种优惠,力度很大。”

“新年‘开门红’,商场客流量和销售均大幅增长。我们已经提前预测到元旦客流会增加,不仅在购物中心中庭安排了活动,今年还创新地在外广场

举办了‘无界夜肆’夜间集市活动,消费者可以在户外空间享受围炉煮茶等,该活动将持续到1月5日。”深圳布吉华润万象汇一位工作人员表示。

商务部研究院国际市场研究所副所长白明在接受《证券日报》记者采访时表示,“我国内需的潜力是巨大的,元旦小长假市场回暖让我们看到消费活力,可以说是一个好的开始。”

扩大内需需要更多新招实招

元旦前后,多地派发消费券,助力节日消费。北京于2022年11月20日至12月31日期间共发放6批次绿色节能消费券。深圳新年欢乐购活动将从2022年12月12日至2023年春节期间推出近百场线上线下促消费活动。三亚元旦上午10点发放近百万元体育消费券。郑州市联合快手发放500万元新年消费券。

围绕扩大内需、挖掘消费潜力,多

地已经将相关工作排上日程。去年12月底,在长沙、东莞、青岛等地方“两会”中,“扩内需、促消费”成为关键词,也成为今年各地“拼经济、稳增长”的重要抓手。

中信证券研报分析称,“消费复苏是2023年明确的方向之一,结合疫情发展和考虑低基数效应,消费有望在今年二季度开始步入改善通道。”

“扩大内需需要更多新招实招。”白明表示,“如何让消费活力持续,主要看消费环境、消费意愿和消费能力等。未来,推进复工复产、提升居民收入,都将有利于进一步提升居民消费意愿、消费能力。”

新零售专家、鲍姆企业管理咨询公司董事长鲍跃忠向《证券日报》记者表示,“着力扩大内需,要从收入和供给两方面入手。收入方面,需要提升居民收入以增强消费信心;供给方面,需要提升消费选择的丰富性和消费的便利性,包括确保线上交易物流畅通等。”

元旦机票酒店较2020年“量价齐升”
旅游供应链信心加速恢复

■本报记者 许洁

进以及行业生态恢复。”

今年旅游市场动能在哪?

据途牛旅游网数据显示,2023年元旦假期以周边游为旅游消费主导,本地游、周边游出游人次占比达68%,跨省游出游人次占比为32%。其中,上海、北京、南京、广州、成都、天津、深圳、杭州、郑州、哈尔滨入选“元旦假期周边游热门城市TOP10”。

对于2023年旅游市场的增长点,王韦对记者表示,“三年来,城市周边游的消费习惯已经逐步养成,我认为这个习惯未来大概率不会转变。同时,受疫情影响比较严重的一些中长途旅游目的地,例如西南地区和西北地区,若能够及时梳理好供应链,可能在清明节左右就能看到第一波旅游复苏。到暑期,可能会看到爆发式反弹。”

元旦机票酒店“量价齐升”

马蜂窝大数据显示,2023年元旦小长假,“长途游”热度环比增长48%,其中游玩4天至8天的“中长途游”热度环比上涨172%,有41%的游客选择自驾出行。“行程安排”、“线路规划”等“自驾游”相关攻略热度上升明显。北极星攻略的“自驾海南全指南”、“自驾广东全攻略”是元旦小长假期间阅读量最高的自驾攻略,平均涨幅超过150%。

同程旅行大数据显示,今年元旦,国内机票订单量较2020年元旦假期上涨2%,机票均价从2020年同期的676元涨至905元;酒店订单量较2020年同期上涨32%,酒店均价也从229元上涨至244元。整体来看,元旦旅游出行市场较疫情前呈现“量价齐升”。

携程集团副总裁王韦对《证券日报》记者表示,“疫情导致旅游行业局部出现了供应链断层。但大家对2023年的发展趋势信心十足。所以我们在原来‘V计划’的基础上升级提出了‘中国旅游振兴A计划’,希望能够帮助行业恢复,尤其是旅游目的地的相关品牌重塑、消费促

进以及行业生态恢复。”

如果说中长途旅游和出境游是行业2023年值得关注的两大动能,另一大“动能”则来自政府补贴。从去年12月份开始,多地旅游局陆续出招推动市场复苏。比如对增开航线航班进行补贴;对旅行社组织接待旅游团队进行奖励;实施文旅消费惠民金融政策等。

有旅游行业从业者对《证券日报》记者表示,“这些举措有利于旅游供应链的信心恢复,大家意识到春天来了,要尽快进入稳定经营状态。”

跨年、冰雪等特色元旦游亮点纷呈
一线、新一线城市旅游有望率先恢复

■本报记者 李万晨 施 鑫

在多重政策利好下,元旦旅游市场正在复苏。同程旅行1月2日发布的《2023年元旦假期旅行消费数据报告》显示,哈尔滨、西双版纳等部分热门目的地酒店预订量同比上涨超过10倍。

同时,国内不少目的地也推出了各具特色的跨年活动,例如山东各地开启了“黄河大集”,浏阳举行了烟火晚会,石家庄居民则在广场上放飞心愿气球,将跨年的仪式感拉满。

去哪儿大数据研究院副院长郭乐春对《证券日报》记者表示,“客源地机票、火车票预订量的变化,体现出消费能力的恢复。从元旦机票预订情况来看,一线、新一线城市旅游将率先进入恢复快车道。”

冰雪游成热门关键词

2023年1月1日,长沙、重庆、上海、武汉等城市核心商圈热闹非凡。其中,重庆解放碑、长沙五一广场及大理古城等成为最热门的跨年商圈和景点。

同程研究院人士分析,元旦旅游市场快速回暖,一方面是由于人们出行信心恢复,长线游需求有所上升;另一方面则是今年春节假期较早,春运客流高峰提前,出行需求叠加所致。

今年元旦期间,冬季热门的长线旅游目的地榜单前十位,广州、上海、重庆、北京等城市也跻身其中。而三亚、厦门等城市不少酒店甚至出现了满房情况。

与此同时,冰雪旅游、跨年等成为今年元旦假期的热门旅游关键词。同程数据显示,元旦期间,国内“冰雪旅游”相关搜索量环比上涨

179%,北京什刹海冰场成为假期最热门的冰雪旅游景区,哈尔滨冰雪大世界也是人们体验冰雪乐趣的热门选择。

此外,各大主题公园也在元旦假期迎来了客流高峰。例如上海迪士尼度假区成为元旦假期最热门的主题公园,2022年12月31日和2023年1月1日,迪士尼乐园奇幻童话城堡前安排了特别演出。

旅游是拉动消费重要动力

随着旅游市场复苏,跨省游、长线游需求进一步释放。元旦假期期间,同程旅行酒店预订量,异地订单从去年同期的51.3%上涨至67.6%。跨省用车订单占比也从去年同期的10.8%提升至今年的22.7%。

长线游方面,全国火车票热门线路榜单中,跨省线路占据了半壁江山。从广州、深圳和长三角区域前往西部、中部省份的火车客流量显著增长,体现了春节前返乡的客流方向。在用车订单量最高的火车站中,高铁站占比进一步提升,高铁动车逐步成为火车旅客的主流选择。

旅游经济的恢复可以说是消费增长的开门红,反映了我国消费具有较大潜力,韧性十足。商务部研究院电商所副研究员洪勇接受《证券日报》记者采访时表示,“今年一季度中国消费和整体经济将会迎来新一阶段的恢复。旅游将会成为拉动消费的重要动力。”

景鉴智库创始人周鸣岐接受《证券日报》记者采访时表示,疫情防控措施优化对于跨省及远途旅游是极大的利好,可以看到疫情防控措施优化后的首个元旦假期游客量回升,也有效带动了酒店、餐饮等旅游产业链多环节的复苏。