



上海成十大热门旅游目的地 迪士尼部分项目排队时间超过3小时

■本报记者 施露 李万晨

有着“魔都”之称的上海一直是全国十大热门旅游胜地，此次“五一”小长假，上海迪士尼外滩等著名景点多次因人流过大而登上热搜。

根据“上海发布”官方平台披露的旅游大数据显示，“五一”假期前三天上海市共接待游客894.73万人次，超过上海市常住人口三分之一。据上海市交通委不完全统计，“五一”假期前三天上海市内交通累计运送乘客2702.07万人次，较2021年同期上升4.30%。

“魔都”热门景点花式限流

外滩和迪士尼，是游客来到上海后的必打卡之地。同程旅行数据显示，“五一”假期首日亲子类景区在国内景区榜单前十中占据半数，其中上海迪士尼度假区是国内搜索热度最高的景区。

虽然上海迪士尼在“五一”期间执行了“特别高峰日”门票价格，即799元，比常规日的门票价格435元上涨超300元，但是，截至4月27日，上海迪士尼乐园小程序上“五一”假期前三天(4月29日-5月1日)各类型门票、套票均显示已售罄。

4月30日上午，有网友发视频称，清晨六点多上海迪士尼排队人数一路从检票口排到了湖边。而迪士尼乐园内的翱翔·飞跃地平线、七个小矮人矿车等热门游乐设施，在当日18时许，排队时长仍需在两个小时以上，当日热门项目如翱翔·飞跃地平线项目排队等候时间最长需要210分钟。

5月1日11时，上海迪士尼乐园的客流量已超过5.5万人次，部分项目排队时间接近3小时。

同样拥挤的还有著名的外滩，在外滩假期期间，外滩开启了限流模式。警方在外滩、南京路步行街沿线采取“南进北出、慢进快出”等管控引导措施，降低区域内人步行速度进入外滩的速度，还在南京东路中山东一路路口的横道线启用“开关式过马路”措施。

5月1日19时20分上海外滩滨水区客流瞬时峰值达7.5万人，较2019年同期增长四成到五成，当日累计总客流66万人次，均创

“五一”客流历史新高。

热门线路机票售罄

去哪儿数据显示，2023年“五一”期间，纵使机票价格较2019年增长三成以上，国内热门城市机票预订量仍超过2019年五成；火车票同时购票人数达到历史新高，热门线路车票售罄速度超过春运。

吉祥航空方面对《证券日报》记者表示，今年“五一”小长假期间，吉祥航空共执行航班超1600班，规模超过2019年同期，部分航班销售火爆；其中国内航班执行量相比2019年同期增长约二成，国际与地区航班也科学有序增班。

“今年‘五一’小长假自4月29日起至5月3日共5天，此期间吉祥航空在上海虹桥、浦东两大机场预计运输旅客超15万人次，日均执行进出港航班近200班。销售数据统计显示，小长假期间吉祥航空执飞的厦门、桂林、贵阳等方向航线销售火爆，部分航班已近售罄。”

中泰证券研报中表示，民航局方面预计“五一”民航运输

旅客约900万人次，国内运力供给将超过2019年同期。整体上，航空需求边际改善确定性较强，国内复苏快于国际，商旅复苏快于自费，上市航司有望率先受益。

酒店方面，携程发布的《2023年“五一”假期旅游预测报告》显示，今年“五一”假期的酒店搜索热度较2019年同期增长近200%，酒店预订量超2019年同期水平。去哪儿大数据还显示，热门城市酒店预订量超疫情前1.9倍，在热门城市Top10中上海排名第三。

“今年‘五一’假期旅游平均入住天数为1.6天，相比2019年‘五一’假期上涨20%。与此同时，今年‘五一’，三四星级酒店预订占比提升，从2019年的39%提升至2023年的48%，上升了9个百分点。”去哪儿大数据研究院副院长郭乐春对《证券日报》记者说。

据上海市文化旅游局介绍，假日前3天，上海市宾馆旅店平均客房出租率为73%，较2019年“五一”假日前三天增长12个百分点。

丽呈集团酒店数据研究院院长褚煜佳对《证券日报》记者表

“文创+”为湖南传统特色产业赋能

■本报记者 肖伟

“五一”假期，湖南迎来八方游客。湖南多地立足陶瓷、白酒、纺织等传统优势产业，以文创为产品赋能，在个性设计、讲述传承、打造“第二商标”方面下力气，赢得游客喜爱。

文创+瓷器 为泥土注入灵魂

瓷器是湖南醴陵传统优势产业。“五一”假期期间，醴陵以陶瓷博物馆展品为核心，携多款文创瓷器开门迎客。瓷器文物承载的格言警句、市井俚语、花鸟虫鱼、人物塑像，以极具张力的表现手法，给游客留下深刻印象。

除了古代展品之外，许多陶瓷企业将日用陶瓷与动漫影视、民俗文化、国画题材结合，推出陶

瓷手办、民俗玩件、大型摆件等新型文创产品，其亦庄亦谐、老少皆宜的设计风格颇为讨巧，引发了游客们的极大兴趣和购买欲望。

比如，拟上市公司陶润汇推出“十二生肖”类卡通餐具，神情逼真，憨态可掬，赢得游客赞赏。陶润汇销售经理李文汉介绍，“文创为瓷器注入灵魂，提升内涵和价值。一款瓷器如若贴合实际、设计得当，必能鹤立鸡群，赢得市场，其内在价值亦可提升数十倍。每年，我们聘请高等院校的佼佼者设计文创，鼓励学子进行文创试验。”

上市公司华瓷股份也深谙文创力量。华瓷股份工作人员介绍：“工艺决定瓷器质量好坏，我们拥有釉色2.8万多个、花纹3.5万多款、器型超10万种。1000个瓷器能拥有1000个有个性的

文创方案，这是我们文创实力的体现。”

文创+白酒 讲好历史传承

白酒也是湖南传统优势产业之一。上市公司酒鬼酒、湘窖酒业等，把文创融入到产品和生产基地中。游客体验醉美芬芳，更身临其境触摸千年酒文化。

湘窖酒业酿造基地集园林、生态、环保和工业旅游于一体，被誉为“中国最美白酒厂”。“五一”期间，该酿造基地开门迎客，生态叠泉、湘窖体验馆、酿酒车间、天下粮仓、曲水流觞、曹婆古井、万吨酒库等景点游客如织。湘窖酒业携手湖南博物院，推出文创新品湘窖青铜壶，由国家级非遗传承人“泥人刘”手工复刻“商皿方斝”。

湘窖酒业合作经销商龙福印向《证券日报》记者介绍，“斝是上古礼器，也是中华酒文化的见证。皿方斝出土于湖南，与湖南白酒的结合更是浑然天成，引发收藏爱好者兴趣。”

酒鬼酒不仅在产品设计、园区规划中融入了文创元素，为游客带来“湘西醉乡”体验，更将文创工作作为履行社会责任的一条新战线。4月28日晚，酒鬼酒发布2022年度《环境、社会及公司治理(ESG)报告》，这是酒鬼酒首次发布该类报告，向资本市场展示了这一新战线上的最新战果。

2022年，酒鬼酒征集珍贵史料260件、修复照片2588张、存档作品108万字，完成《馥郁鼻祖》初稿。酒鬼酒设立“无界”文学奖，举办“无界”文学夜，展出2000篇作品。

线上线下齐发力 家电消费科技含量递增

■本报记者 郭霖

“五一”小长假消费升温，各类家电成为消费热潮中的主角。小长假期间，宁波市商务局开展了“双倍双旺·你消费我助力”活动，同时还指导各商家开展促销活动，让市民享受到真金白银的实惠。

在鄞州万达广场的苏宁易购里，“低价出击·乐购‘五一’”家电五折起”标语随处可见，电视、冰箱、洗衣机等展区人山人海，不少消费者前来选购商品。正在结账的周女士告诉记者：“看到活动力度比较大，加上政府消费券的叠加，价格很合适，于是我果断入手了。”

力创电器经理张女士告诉记者

：“我们商场这次的优惠力度挺大。比如原价为15999元的某款冰箱，现在活动价是12999元，配合宁波市消费券外加品牌满减活动，折算下来，这款冰箱10000元左右就能拿下，优惠了不少！”

“五一”小长假第一天起，来我们商场挑选家电的人就多了起来，销量较以往有了大幅度的提升。甚至有些客人明年才交房，趁着现在活动力度大就提前付款了。”张女士说道。

据宁波市商务局5月3日中午发布的宁波市“五一”假期消费市场运行分析显示，“五一”假期(4月29日至5月3日)，全市重点监测的50家样本企业销售总额8.52亿元，其中家电销售额为7093.51万元，同比增长12.5%。

线下促销活动多，线上也是不甘落后，各大电商平台踊跃推出迎“五一”促销活动。拼多多联合各大品牌启动“数码家电消费季”；“五一”超级加补”专项活动，对手机、电视、空调、冰箱等各类数码家电产品进行大幅加补。京东也在4月29日到5月5日开启“五一”焕新周，并推出“家电新品一键下单，享三连福利”，为消费者带去省心省力的家电焕新体验。

记者在走访中发现，在年轻消费者的家装方案中，除了实用外，家电智能化也受到特别关注。中商产业研究院数据显示，预计今年我国智能家电市

场规模将达到7304亿元，智能家电市场规模呈现出持续扩大的趋势。

浙江大学管理学院特聘教授向劲告诉记者：“智能化产品是未来消费者呼唤的，它不仅可以提升消费者生活质量，还可以实现消费者与产品的更多交互，可以更好地为消费者服务。”

中国家居电子商务协会副会长、执行会长兼秘书长王建国向《证券日报》记者表示：“当下智能家电的消费主体是年轻一代，他们对审美、科技、舒适、效率等提高了要求。要在这个赛道胜出，家电企业还需向年轻人的需求靠拢，拿出好方案，完成

最优化。”

对于未来家电企业在智能化赛道的发展前景，东海证券研报认为，智能化将作为家电市场带来新机遇。而数字化时代不仅能实现单一家电的语音交互、App互联，还能打造全屋智能的人工管家。对于未来的格局展望，研报认为，众多品牌将逐步高端系家电市场，但龙头品牌具有明显落地优势。首先，从产能布局来说，龙头的先进产能可以使其保证品质，数字工厂保证生产效率；第二，品牌构建起生态合作，能够以口碑赢得消费者的信任；第三，龙头在数字互联技术研发上起步较早，更易于建立起完整的全屋管理体系。

露营热度再提升 商家两极分化 行业加速洗牌

■本报记者 吴奕童

过去几年，本地旅游市场兴起，露营产业如沐春风。“五一”期间，记者调查发现，露营作为曾经的“顶流”休闲项目，虽然热度稍有减退，但森林露营、星空露营、亲子露营等形式新颖、活动内容丰富的露营地依旧一位难求。尤其是浙江莫干山等地的热门露营地从四月便已开始断货，“五一”期间更是日日爆满。

同时，今年露营商家生意两极分化严重。对此，多位专家在接受《证券日报》记者采访时均表示：“这一现象表明露营地市场经过几年的发展和成长，出现了自我筛选与分化，也表明露营行业正经历洗牌期，未来市场会持续向优势企业集中。”

假期热度依旧

浙江湖州一位提供帐篷租赁服务的商户告诉《证券日报》记者，今年“五一”帐篷租赁需求旺盛，我们比去年多准备了一半的帐篷，但是在四月中旬便已被预订完了。

酒店式帐篷露营地则为抢手。《证券日报》记者在四月上旬预定4月30日宁波九龙湖某一露营地的过夜帐篷，当时五种类型的帐篷便已有三种显示满客。节前最后一周，连高价的豪华地暖帐篷都已被预订完。

记者于“五一”假期第二天来到了露营地，看到九龙湖景区内人气旺盛。营地位于湖边一大块草坪上，一个个天幕、帐篷错落有致，游客们在大自然间享受着露营的乐趣。烧烤、火锅、甜品、DIY……有人唱歌，有人扎堆玩桌游，现场氛围感满满。

记者随机采访了几位游客皆表示喜爱露营。大学生张某向记者谈道：“我在外面上大学，刚回家没多久，想着趁这次假期和以前的朋友一起聚聚，但是每年这种小长假商场人都太多了，吃个饭都要排队，干脆提早租了几个帐篷，大家一起吃吃喝喝聊聊天叙叙旧，很轻松。”

一位租了庭院型帐篷的谢女士向记者表示：“我的宝宝还小，不能出远门，但我待在家里太久了，就想着带着爸妈和宝宝就近休闲一下。这种现成的帐篷租赁很方便，尤其是这种庭院型的帐篷正好合适我们一大家子。”

除了选择专业的营地露营地外，“五一”期间，公园、江河两岸也随处可见帐篷、天幕。记者的朋友小王前几年前后后花费了几万元购买露营装备，并经常感叹露营会上瘾。她表示：“前两年跨境游跨省游受到限制，节假日只能就近露营，久而久之便爱上了这种活动，但是当时露营太火了，热门营地经常约不上，我就干脆自己买了很多装备，现在周末没事就会约朋友到河边露营。”

行业加速洗牌

与往年不同的是，今年露营商家生意两极分化显著。几乎同个区域，有的商家早在四月初就已被订完了场地，而有商家即便价格更低却叫日生意不佳。

对此现象，浙江大学管理学院特聘教授钱向劲向记者表示：“前几年，大家的休闲方式选择有限，所以露营拥有庞大的市场流量，似乎只要有一块环境不错的露营地就能挣钱。但如今，随着大家休闲方式选择增多以及露营的逐渐普及，消费者对营地服务质量的要求自然越来越高，随之，部分环境或食物质量不过关或者同质化严重的露营地就会被消费者抛弃。”

业内普遍认为，露营行业正在加速洗牌。有相关从业者向记者透露：“近年来，全国各地都陆续有露营地退出市场。主要是前两年许多露营地商家因为露营地投资小、见效快而匆匆入行，但随着旅游全面开放，市场供需情况发生变化，这些营地活动少、客群复购率低等运营短板便逐步暴露，不得不退出市场。”

但现阶段露营地行业市场空间依旧很大。根据艾媒咨询数据显示，预计2025年，中国露营地经济核心市场规模将上升至2483.2亿元，带动相关市场规模将达到14402.8亿元。

那么，未来露营商家如何才能在市场中脱颖而出？对此，Co-Found智库秘书长张新原在接受《证券日报》记者采访时表示：“未来露营地的发展会更加凸显露营地内容的多元化、多样化、个性化和娱乐化，露营与旅游、文创、体育、美食、休闲等等各种活动的深度融合将成为行业发展方向，一些传统的只是单纯提供露营地场地的商家可能会被市场淘汰，而一些擅长文旅资源整合，有创新能力和市场活动能力的露营地企业则有机会在市场中脱颖而出。”

本版主编 沈明 责编 徐俊毅 制作 董春云
E-mail: zmxz@zqrb.net 电话 010-83251785