

2020 年清明节旅游消费复苏大数据报告

伴随着疫情防控形势的明显好转，2020 年清明节旅游复苏明显，消费信心显著提升。从美团平台大数据看，清明节期间出游人数创疫情以来新高，本地游成为主流，观光景点和动植物园是热门品类，游客对景区和酒店的安全防疫更加重视，安心住、安心玩产品受到大家的青睐。

一、全国旅游景区复工率创新高，旅游消费快速回升

为了衡量疫情后旅游业等生活服务业复工复产情况，美团研究院研发了生活服务业复苏指数，包括两个核心指标“商户复工率”、“消费复苏率”，根据互联网平台的大数据以及官方公布的权威数据，从供给和消费两个方面测算“旅游景区复工率”和“旅游消费复苏率”等指标。测算结果显示，从 2020 年 2 月中旬开始，我国旅游业和住宿业逐步复苏。截至清明节（4 月 5 日），全国旅游景区复工率创新高，达到 65.8%，比一周前的复工率提升了 21.5 个百分点，是新冠肺炎疫情暴发以来复工率周环比上升最快的一周，显示出清明节期间旅游消费的快速回升。同时，清明节期间住宿业商户复工率也首次超过 70%，达到 71%（4 月 5 日），比一周前的复工率提升了 7.8 个百分点（见图 1）。

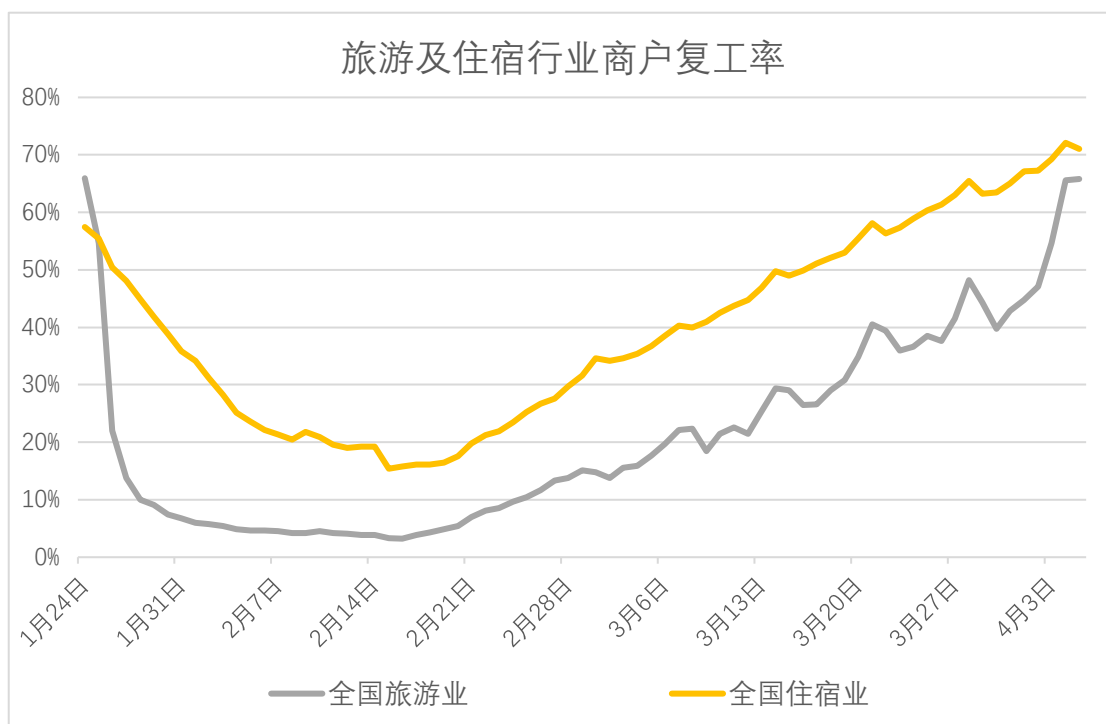


图1 全国旅游景区和住宿业商户复工率

数据来源：美团研究院“生活服务业复苏指数”，截至4月5日

二、南方地区和西北地区旅游复苏节奏快，浙江江苏山东等地提振旅游消费力度大

从不同区域和城市旅游复苏节奏来看，由于各地疫情防控 and 旅游业管控政策的不同，不同省份和城市的旅游景区复工和消费复苏情况差异较大。清明节期间（截至4月5日），旅游景区复工率排名前十位的省份分别是安徽、宁夏、新疆、浙江、山东、江苏、湖南、山西、贵州、甘肃，复工率排名靠前的多为南方地区省份和西北地区省份。在各省复工率排名中，安徽省旅游景区复工率排名最靠前（见图2）。

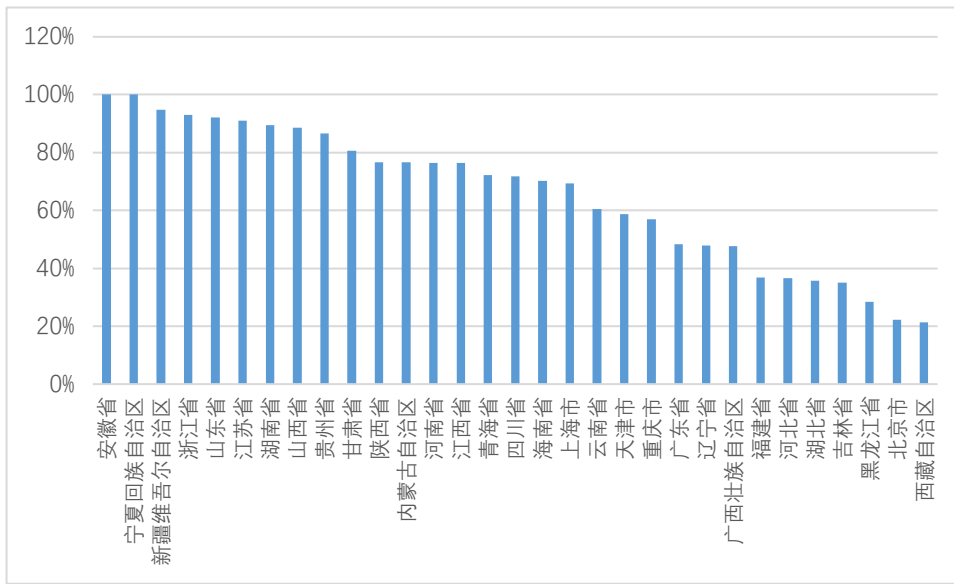


图 2 清明节期间各省市旅游景区复工率

数据来源：美团研究院“生活服务业复苏指数”，截至 4 月 5 日

36 个重点城市（包括直辖市、省会城市、首府及 5 个计划单列市）中，旅游景区复工率排名前十位的城市分别是济南、宁波、合肥、长沙、南京、成都、杭州、银川、青岛、上海。其中，济南市旅游景区复工率最高，达到 97.1%（见图 3）。上述城市旅游复工率领先，与这些城市采取发放电子消费券等一系列促进旅游消费的举措是密不可分的。例如，山东省济南市面向景区、旅行社、影院、演艺场所、书店等推出 2000 万元文旅消费券，推出“云上游泉城”系列线上服务，组织“济南人游济南”“山东人游济南”“万人乡村游”等活动，助推旅游市场恢复活力。江苏省南京市推出 3.18 亿元的消费券，涵盖乡村旅游、信息、餐饮等 7 大类别。

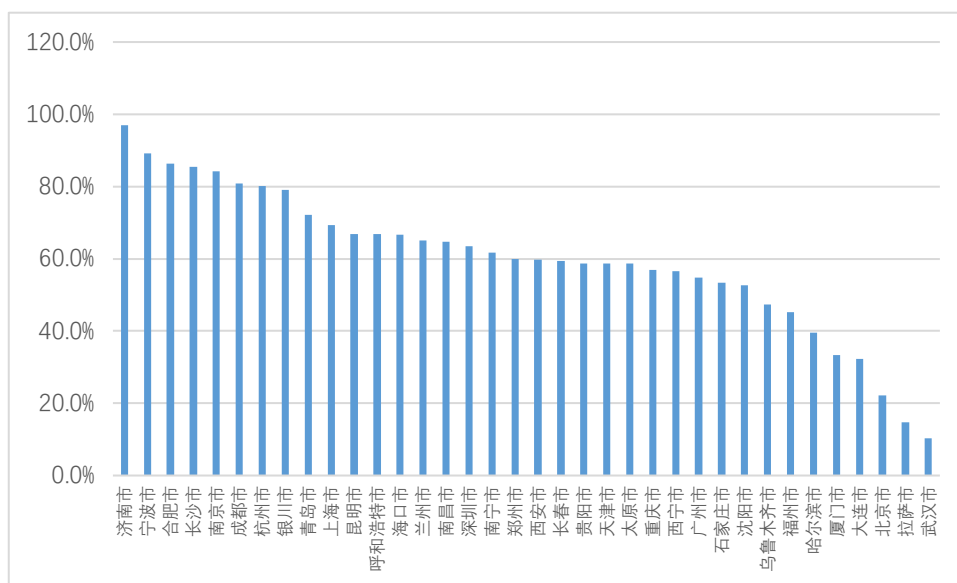


图 3 清明节期间重点城市旅游景区复工率比较

数据来源：美团研究院“生活服务业复苏指数”，截至 4 月 5 日

三、本地游成为主流，观光景点和动植物园是热门品类

受疫情影响，长途、跨省份出行和出境受到制约，跨省长途游明显减少，境外游进入冰冻期，本地人游本地是当前阶段旅游的主流，本地游和周边游的比重明显提升。美团平台大数据显示，清明节前两日，门票度假订单中本地消费者、异地消费者的订单比值约为 65:35，本地消费者明显占多数，这与往年的情况形成了较大的反差。2019 年清明节同期，本地消费者与异地消费者的订单比值约为 45:55。与 2019 年相比，2020 年清明节前两日的本地游客订单占比提升约 20 个百分点，“本地人游本地”的特征更加明显。

从游客选择的热门旅游品类看，市民多利用清明假期出门透气、亲近自然，踏青、赏花是清明节出游的重要主题，市区游以比较开阔的城市公园为主，一些城市的郊区游很火

热，成为长线游的替代品。美团大数据显示，门票订单量中自然风光景点订单的占比最高，达到 47.2%，其次为动植物园，占比为 19.2%，再次为城市公园，占比为 12.1%。排在第四位的热门消费品类为主题乐园，占比为 9.5%（见图 4）。

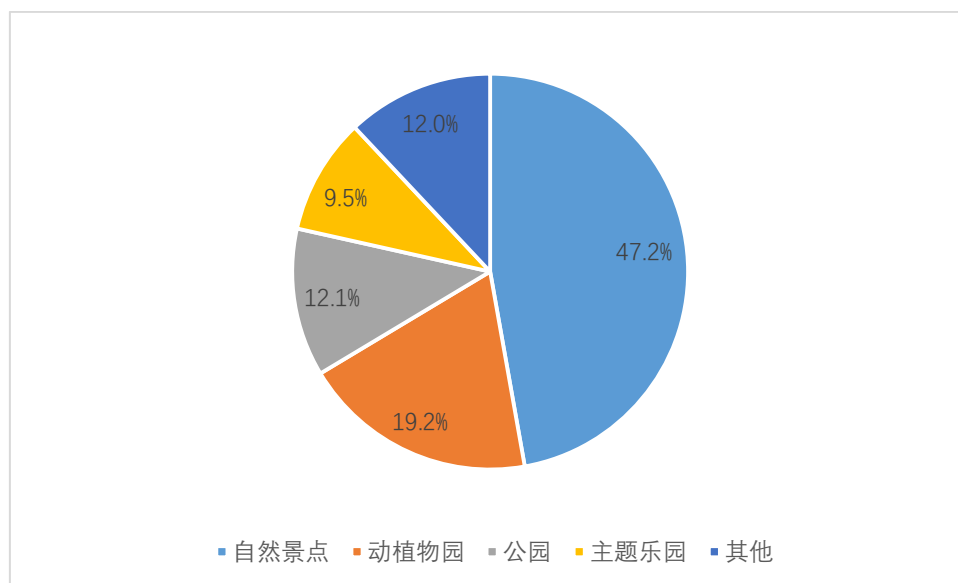


图 4 清明节观光游玩消费主要品类的占比

数据来源：美团门票度假事业部、美团研究院

四、80 后和 90 后是主流消费群体，亲子群体占比高

从清明节期间旅游消费客群来看，80 后和 90 后是主流消费群体，00 后成为新兴的消费群体。美团平台大数据显示，清明节前两日门票订单消费者中，80 前、80 后、90 后和 00 后群体在各消费人群中的占比分别为 10.2%、37.2%、50.2% 和 2.4%。与 2019 年同期相比，90 后的占比提高了 3.2%，00 后群体的占比提高了 0.2%，这也表明旅游消费客群年轻化态势更加明显。

在清明节游玩群体中，亲子游成为重要群体。清明时节，

在经历较长时间的居家生活或自我隔离后，举家去户外透气或“遛娃”，在观赏春色美景的同时享受天伦之乐，成为许多人的选择。美团平台大数据显示，清明节期间门票订单中亲子群体的占比超过四成，达到了 43.1%。

五、消费者重视安全健康，美团“安心玩”、“安心住”产品受青睐

从今年清明节旅游消费者的新需求来看，安全健康受到游客的格外重视，卫生防疫做得好、游玩让人放心的景点和酒店更受欢迎。一些景区达到了美团与中国景区协会联合发布的防疫标准，在美团平台上标注为“安心玩”景区。清明节前两日，“安心玩”景区收获的流量比“安心玩”标签上线前一周的平均流量增长约 26 倍，是非“安心玩”景区流量涨幅的 2.1 倍。

清明节前两日，符合美团与中国饭店协会联合发布的防疫标准的“安心住”酒店的间夜量环比增速快，是非“安心住”酒店增速的 1.6 倍。参与民宿“安心住”活动的房源订单实现 40% 的增长，涨幅是非“安心住”房源的 1.7 倍。

4 月 1 日，美团联合超 20 万“安心住”酒店和民宿、超过 3200 家“安心玩”景区启动了为期 3 个月、覆盖全国超 350 个城市的“安心出游节”，继续以“安心”促进旅游消费加速复苏。美团“安心出游节”上线第一天，酒店频道浏览量即环比上涨约 30% 并一路高涨。自 4 月 1 日活动推出以来至 4 月 5 日，大连轻住酒店·澳嘉商务（西安路店）、大连宜客宜家精品酒店（机场金三角店）、大连妙家主题公寓（火

车站店)、7天酒店(厦门火车站店)、希岸酒店(南昌滕王阁步行街店)、怡莱酒店(南京光华路店)、驻马店锦都国际酒店、汉庭(厦门中山路步行街大同路店)、锦江之星(北京奥运村大屯路店)、驻马店鹏宇卡尔顿国际酒店位居人气酒店TOP10。

景区方面,盐城荷兰花海、洛阳王城公园、上海长兴岛郊野公园、上海世纪公园、石家庄植物园、北京西山国家森林公园、杭州西溪国家湿地公园·洪园、襄阳古隆中景区、济南趵突泉景区、郑州古柏渡飞黄旅游区等景区位居人气景区TOP10。

民宿方面,“安心住”民宿的同城订单占到67%,也显现出“本地人游本地”、同城订单上涨较快的趋势。全国订单排名前十位的民宿居住地商圈如下:西安钟楼/鼓楼、哈尔滨中央大街索菲亚广场、成都春熙路/太古里、贵阳花果园购物中心、南京新街口、长沙五一广场、重庆解放碑、西安南稍门、广州长隆/南村/万达、杭州西湖。

“安心出游节”推出以来,湖北省一些景区也陆续恢复人气。截至清明节,襄阳古隆中景区、神农架(包括神农坛景区、神农顶景区、官门山、天燕风景区、大九湖、天生桥等)、襄阳唐城影视基地、孝感金卉庄园、十堰黄龙壹号生态园等是湖北省人气较旺的景区。武汉市的一些知名景区如黄鹤楼等因疫情防控原因尚未恢复营业。不过,即将解封的武汉,广大市民对外出赏花踏青尤为期待,作为武汉“都市后花园”的蔡甸区“花博汇”,因为空间开阔、空气清新受到武

汉市民的欢迎，门票预约量位居前列，武汉地区 90%的景区产品消费者的首单选择的是花博汇。

此外，不少医护人员也陆续开始筹划出游。美团平台大数据显示，清明假期期间，有近 3000 名医护人员通过美团 App 进行了景区门票免费预约，成都海昌极地海洋公园、青岛海底世界、日照海洋公园等主题乐园是医护工作者的热门选择。今年 2 月份，美团上线“致敬最美逆行者”医护免费景区专题，涵盖 2300 家医护免费景区信息，同时还开通了医护人员预订专属通道。全国医护人员进入专题页选择心仪景区，并根据弹窗提示完成医护身份认证便可进行免费预订。截至 4 月 6 日，通过美团 App 上的医护免费景区专题通道完成身份认证的医护人员累计已超过 7000 人。

六、餐饮和预售成为住宿和旅游业商户应对疫情的两大法宝

从清明节期间旅游行业发展动向看，大力发展餐饮业务和开展预售成为住宿行业应对疫情、增加营业收入的重要举措。从 2020 年 2 月至今，成都希尔顿酒店、成都香格里拉大酒店、宁波南洋国际大酒店、西安曲江银座、北京歌华开元大酒店、北京西国贸大酒店等高星级酒店纷纷上线美团外卖。此外，全国超过 1500 家高星级酒店在美团上线了团购套餐、代金券等产品，推动酒店餐饮线上化。为应对疫情带来的现金流冲击、开拓现金流来源，许多酒店还开展了预售业务。目前，许多知名酒店在美团平台上参与产品预售(美价券)，万店通用券、酒店集团代金券包等产品的销量最高。

为应对疫情冲击，很多景区和游玩场馆与美团平台合作推出门票预售业务，不少景区门票预售火爆。上海东方明珠广播电视塔自开展门票预售以来，在美团平台上的预售量已经超过 3.7 万张。美团扎根本地生活的业务定位，与东方明珠的客源需求的重合度很高，这也是东方明珠 5 折预售票选择在美团平台首发的重要考量。

七、酒店旅游业数字“新基建”提速

疫情暴发以来，美团等互联网旅游平台通过与行业协会联合发布行业防疫标准、为景区和酒店提供防疫“实名预约系统”、线上“云旅游”等方式加强行业的安全防疫工作，在特殊时期作为行业数字化发展“新基建”的作用日益凸显。苏州梦幻乐园、东莞香市动物园等景区积极推广使用美团景区“实名预约系统”，西安博物院、宜昌博物馆、沈阳九一八历史博物馆、龙口动植物园以及上海世纪公园等 1 万多家景区已采用美团景区智慧化综合解决方案、推行网络预约售票。与此同时，美团还为平台约 1.6 万家酒店提供酒店管理系统（PMS），助力酒店商户提升智能化管理水平。疫情期间，美团推出助力商户发展的“春风行动”，目前已向全国 9 万多家商户赠送酒店收益管理系统（RMS）。此外，美团针对平台酒店商户的培训机构美酒学院面向酒店住宿行业开展各类免费公益培训，为酒店住宿业应对疫情和恢复生产提供了有力支持。

2020 年清明节旅游消费复苏明显加快，显示了我国旅游消费增长潜力大，发展空间广阔。建议各地政府和文旅企业

联合美团平台，组织开展“安心出游节”等线上线下旅游促销活动，推出文旅消费券等促进消费措施，加快本地游、周边游复苏，助力恢复正常的生产生活秩序。