

# 节令商品、踏青旅游 清明假期消费走高

清明假期,北京消费热情不减。4月5日,北京市商务局(以下简称“市商务局”)公布数据显示,节日期间,重点监测的百货、超市、专业专卖店、餐饮和电商等业态百家企业共实现销售额21.5亿元,同比增长12.6%,较2019年增长6.4%。茶叶、糕点等节令商品种类丰富,户外踏青、休闲旅游消费成热点,消费市场活跃有序。

与此同时,国内旅游市场也迎来了“就地过年”后的第一个出游高峰。根据文旅部于4月5日发布的数据显示,2021年清明节假期,全国国内旅游出游1.02亿人次,恢复至疫前同期的94.5%,而北京市重点监测的182家旅游景区(地区)也累计接待游客608.7万人次,同比2020年增长4倍,恢复到2019年同期的98.73%。预计在接下来的“五一”假期中,长线跨省游将进一步恢复,而国内旅游市场有望全面复苏。

## 京城商圈



### 商场

22商圈客流增长超五成 亲子消费受追捧

作为春节后的首个小长假,清明假期北京市商场、购物中心客流再迎高峰。市商务局数据显示,节日期间,西单商场、君太百货等销售额同比增长超1倍。第三方数据显示,王府井、三里屯等22个全市重点商圈日均客流同比增长54.8%,恢复至2019年的七成。

北京商报记者从猎豹移动相关负责人处了解到,北京各大商场内的移动机器人获取数据显示,清明假期首日,北京市商场日均总客流突破450万人次,4月3日-4日期间日均总客流、单家商场以及每台移动机器人监测的客流较节前环比上涨六成左右。

仅4月4日一天,祥云小镇的客流就超过了5万人次,同比去年清明节数据增长113.5%;当天销售额接近450万元,同比增长115.1%。同时,北京商报记者从合生商业获悉,今年清明节假期客流相比日常周末有所提升,就北京朝阳合生汇数据来看,4月3日-4日的客流环比

前一周末增长近20%。

假期前夕迎来开店高潮,亲子出游拉动商场消费。在祥云小镇、海底捞、喜茶、粤洱堂、华为体验店、骑乐燕龙马术学院等品牌纷纷在清明假期前开业,喜茶顺义区首家门店开门营业。在北京商报记者走访期间,祥云小镇正举办一年一度的风车节,南北区开放儿童游乐区,攀爬架、沙池、蹦床等设施吸引了不少亲子客群。位于大兴的北京爱琴海购物公园引入的华北地区首家奈尔宝家庭中心在清明假期前开业,也引起了不少亲子消费群体关注。

北京爱琴海购物公园负责人表示,清明小长假期间,北京爱琴海购物公园日均接待消费者超过6万人次,新开业的奈尔宝家庭中心每日预约家庭达上限500组。户外的免费儿童乐园及四季跑道也成为假期消费者外出休闲、溜娃、运动的新选择。

## 老字号

节令商品引客 茶叶类销量翻倍

在清明节前,新上架的春茶与节令食品等待着消费者选购。北京稻香村推出的青团商品除了传统的豆沙馅和黑芝麻馅以外,还有玫瑰福团和肉松蛋黄青团。另外,北京稻香村还推出了两款青团小礼盒,首次尝试将青团进行小盒分装,更加方便外出游玩时携带。

老字号马凯餐厅的青团在清明节一周前便上市,除了在门店内售卖,在各大外卖平台也同步上线。春季吃春椿,老北京手工饺子馆

惠丰饺子楼则推出了香椿炒鸡蛋、蒜黄肉丝、木耳炒块菜等多款“春”菜,以便消费者尝鲜。护国寺小吃起源店的“寒食十三绝”可按口味选择不同组合。

近日,吴裕泰、张一元等老字号茶庄上线了多款春茶。同时春茶也受到电商平台关注,京东超市推出“京春有你,品味茶香”活动,清明节期间,第三方平台茶叶类订单量同比增长1.5倍,较2019年增长近1倍。

## 餐饮

“咬春”套餐受青睐 销售额增长超5倍

春天,餐饮企业推出应季菜。2021“春歌京点小吃文化节”联合60余家餐饮品牌,开展技艺绝活展示、品鉴、限时抢券等活动,107道畅销小吃、66道畅销早餐推介,展示北京饮食文化。“咬春”正当时,餐饮企业踏青套餐走俏市场。烤肉宛推出春季菜鲜虾炒鸡枞;同春园的酱牛肉、糯米藕,同和居的米粉肉、烧鸡等便携踏青菜备受青睐。

清明节期间,监测显示,全聚德、东来顺、大董等销售额同比增长超5倍。与此同时,第

三方数据显示,小吃快餐、饮品类、火锅、川菜交易位居前列。

整个餐饮市场仍然处于相对稳定的状态。北京商报记者走访各个餐厅和商圈看到,目前不论是堂食正餐还是休闲茶饮几乎都保持着烟火气息。尤其是一些流量品牌,在用餐高峰期时段还会出现排队等位的现象。另外,餐饮门店的防控措施也丝毫没有松懈,餐饮门店门口都设置有缓冲区域并安排体温测量,以及检查健康宝状态。

## 配送

同城订单小幅下降 外卖订单渐增

当人们选择在清明节踏青,享受春日的阳光时,以送货上门为代表的“宅家”需求便出现了小幅下降。一位同城即配平台的负责人向北京商报记者表示,北京清明节天气晴朗,加上外地人回家扫墓祭祖,人们户外走动更多,同城急送业务较平日整体有小幅下降,例如饮品类、火锅类、中式快餐等,而商超订单也有一定下滑,但炸鸡汉堡等快餐类订单有所上升。通常来看,4月为同城配送的淡季。

而在异地物流方面,北京商报记者在走访部分驿站时了解到,目前末端市场的快递量较为平稳,未出现积压现象。一位快递员介绍称,当前的配送量较节日期未有增长,节日期间的货量较平日都会有所下降。另一位快递从业人士表示,由于消费者会在节日期间返程回家,北京区域全行业的快递进港货量均会有一定下滑,此次清明节企业的进港量下降了20%,出货量下降了10%。在节日之后,快递量又会很快爬升。”该人士说道。

## 清明假期京城消费大数据

22个全市重点商圈  
日均客流同比增长  
**54.8%**

恢复至2019年的**七成**

假期首日,北京市  
商场日均总客流  
突破**450**万人次

第三方平台茶叶  
类订单量同比增  
长**1.5**倍,较2019  
年增长近**1**倍

北京市宾馆  
饭店接待入  
住总客人数  
为**17**万人

中心城区饭店  
平均出租率为  
**38.2%**,同  
比增长**33.2**  
个百分点

近郊区饭店平  
均出租率为  
**34.8%**,同  
比增长**28.1**  
个百分点

远郊区饭店平  
均出租率为  
**39.3%**,同  
比增长**16.7**  
个百分点

乡村游成为北京市民今  
年清明假期的重点

北京乡村游累计接待游客  
**102**万人次,同比增长  
**339**倍(增加**101.7**万人  
次),恢复  
到2019年  
同期的  
**89.7%**

营业收入为**1.2**  
亿元,同比增长  
**303.6**倍(增加  
**11537.4**万元),  
同比2019年增长  
**11.3%**

接待量前三位:

- 密云区  
接待游客**31.8**万人次
- 延庆区  
接待游客**20.7**万人次
- 怀柔区  
接待游客**20.5**万人次

## 热点

北京出发、到达双第一

在刚刚过去的清明小长假,国内旅游市场也如约回暖。经文旅部数据中心测算,清明期间全国国内旅游出游1.02亿人次,按可比口径同比增长14.6%,恢复至疫前同期的94.5%。此外,数据还显示,清明小长假期间实现国内旅游收入271.68亿元,同比增长228.9%,恢复至疫前同期的56.7%。

同时,作为响应“就地过年”号召后的第一个小长假,北京也成为全国最热门的旅游城市,“荣获”出发、到达双第一。根据去哪儿数据显示,今年清明小长假,北京不仅成为全国机票预订量最多的城市,同时也是最热门的旅游目的地。其中,北京搭乘飞机出行的人数较2019年同期增长超过六成,成为增幅最大一线城市。

具体到北京市场来看,也几乎恢复至2019

年同期水平。根据北京市文旅局发布的数据显示,清明假期期间,北京182家旅游景区累计接待游客608.7万人次,恢复到2019年同期的98.73%。其中,北京市游客接待量排名第一的景区(地区)是王府井,接待量达到80万人次;其次是什刹海风景区,接待量达到36.1万人次;而市属玉渊潭公园接待量则达33.8万人次,排名第三。

从酒店板块来看,北京住宿市场也较去年同期大幅提升。清明假期,北京市宾馆饭店接待入住总客人数为17万人,中心城区饭店平均出租率为38.2%,同比增长33.2个百分点;而近郊区饭店平均出租率为34.8%,同比增长28.1个百分点;此外,远郊区饭店平均出租率为39.3%,也同比增长16.7个百分点。

## 商机

近郊游成角力场

在3天的清明小长假中,近郊游、乡村游俨然成为旅游市场的主角。与此同时,各家旅游企业、OTA也加入到争抢客源的大军中。

根据文旅部发布的数据显示,游客出游热情高涨,踏青游、近郊游、乡村游、自驾游等需求加速释放。据中国旅游研究院调查显示,57%的游客参与踏青郊游,32.5%的游客体验游园赏花,自驾游游客占比达60%。而在北京市场,乡村游则成为北京市民今年清明假期的重点。

北京商报记者还了解到,近郊游、乡村游市场火热的同时,各家旅游企业也趁势抓住商机。此前携程就根据清明节3天小长假推出了各大周边亲子酒店、热门景区的热卖旅游产品,一些企业还在清明节前大搞营销抢客。根据携程方面提供的数据显示,周边游酒店订单相较于

2019年也有40%以上增长。其中,湖州龙之梦动物世界大酒店、长隆酒店(广州长隆野生动物世界店)、湖州太湖龙之梦钻石酒店、Club Med Joyview北戴河黄金海岸度假村等酒店入围今年清明假期热门酒店榜单。另一边,飞猪数据也显示,清明小长假乡村民宿预订量也同比涨超16倍,门票预订量更是同比涨超20倍。值得注意的是,红色旅游、周边游赏花踏青和汉服出游成热选;“95后”“Z世代”成为清明出游主力;“00后”的红色旅游预订量同比涨超630%。

驴妈妈旅游网CEO邹庆龄表示,今年清明周边游呈现慢节奏、深度互动、文化体验、品质享受等特点。驴妈妈平台游客清明3天2晚出游人次占比较2019年同期提升约9%;中高端特色线路、酒店等预订人次占比相比2019年同期提升超过13%。

## 远景

“五一”长线游热度高涨

为期3天的清明小长假促进了以近郊游、乡村游为代表的地方旅游市场,多地旅游业已经明显有复苏迹象,但由于近程旅游占比高、旅游产品价格低、景区减免票等原因,导致旅游消费还未完全恢复。接下来随着“五一”长假的临近,国内长线游也将进一步回暖,预计将迎来更多客流。

去哪儿大数据研究院院长兰翔表示,从今年清明小长假来看,旅客被压抑的出游需求得到了初步的释放。随着天气变暖以及疫苗接种率的提升,旅游业将迎来一波大规模的回暖,不仅传统热门旅游目的地将复现“人从众”的鼎盛情况,一些小众冷门旅游目的地也可能出现“大爆”情况,建议有出行计划的旅客提前预订机票和酒店。

北京第二外国语学院中国文化和旅游产业研究院高级研究员王兴斌认为,就目前来看,随着疫情防控的向好,“五一”的国内旅游业有望恢复到2019年同期水平,届时,出游人数会比清明假期多很多,同时,国内旅游企业要做好准备来迎接今年的第一个旅游高峰。

“清明假期之后,更长的‘五一’假期即将到来,届时,长线跨省游将迎来强劲的复苏势头。”北京第二外国语学院旅游科学学院院长谷慧敏表示。她进一步分析指出:近期国家还出台政策为中小学生学习减负,可能会进一步促进家庭旅游。此外,目前出境游尚未恢复,相比之下,国内的旅游市场有望恢复到原来的水平,甚至还会略有提升。”

“不过,在‘五一’过后,甚至到暑期,在出门旅游时,还是要注意疫情的防控,确保自身安全。”王兴斌还提醒道。与此同时,有业内人士还表示,目前虽然国内旅游市场情况恢复不错,但是不等同于旅行社业务的恢复,不少出境游旅行社业务依然没有恢复,未来还需要等待境外疫情的好转。无论如何,对于国内旅游业而言,当下市场的恢复都是为旅游市场后续的发展注入了一剂强心针,而即将到来的“五一”假期也有望成为“史上最热黄金周”。

北京商报记者 王维祎 刘卓澜 何倩 郭缤璐  
实习记者 吴其芸

