

首期京郊住宿券撬动1.1倍周边消费

一张京郊住宿消费券带动千万旅游市场增长。7月31日,北京市文旅局发放的京郊住宿消费券第一期已接近尾声。据去哪儿大数据显示,自发券截至7月28日,京郊住宿预订量环比上个月同期(6月10日-28日)增长近4倍,期间,发放的京郊消费券已使用(以预订为准)消费金额达1000万元以上,平均每单为消费者节省高达814元。京郊住宿量的增长也拉动了周边消费,经粗略计算,其对周边产业带动杠杆效应达到1:1.1。接下来,第二期京郊住宿消费券将于8月1日-30日发放,预计将持续帮助旅游企业“回血”,加快北京旅游市场复苏。

非周末预订环比增长近4倍

“现在周末基本上已经满房,平日的话也尽量提早订,最近入住的客人都不少。”Club Med Joyview北京延庆度假村相关负责人表示,进入暑期以来,平日入住率几乎可以达到70%。最近二期开业后,很快也被预订一空,目前预订已经排到8月下旬。

7月自消费券发放以来,北京环球度假区的两家酒店平日客流也明显增多。在北京环球影城大酒店前台,已经排起了等待办理入住的队伍,入住人数相比6月底多了不少。

不仅仅是酒店,民宿的预订也比以前多了起来。“非常抱歉,8月5日之前的房源都已经订满了。”经营着北京环球影城周边民宿的张桐,从7月10日起,咨询住房的电话就没停过。据张桐介绍,最近民宿咨询量同比6月翻了2倍多,有咨询预订的,住客何时退房的,如何使用消费券的等。“现在至少要提前一周预订,才有可能订上。”张桐说道。

位于怀柔雁栖湖景区旁的民宿经营者高浩鹏也表示:“现在截止到8月中旬的房源,只有个别几天还没被预订,其余的日子都被订满了,目前至少需要提前半个月到一个月左右预订”。高浩鹏还说到,消费券发放后,7月以来房源几乎都是订满的,完全超出预期,订满的速度也比去年快很多,周一到周四的平滑阶段订满的情况也很普遍。

受消费券使用时间的限制,京郊住宿周

京郊住宿量的增长拉动了周边消费,经粗略计算,其对周边产业带动杠杆效应达到1:1.1

去哪儿大数据显示,7月10日-29日京郊景区门票预订量环比上个月同期增长496%

周中入住预订环比上个月同期增长近4倍

日到周四的入住平峰阶段,与周末的差距逐步拉平。据去哪儿平台数据,7月非周五、周六入住的京郊民宿预订量与周末占比从2019年的62%上升至82%,周中入住预订环比上个月同期增长近4倍。与往年相比,京郊住宿消费额达到2021年同期的2.5倍、2020年同期的8.9倍、2019年同期的2.3倍,可谓迎来“京郊住宿最旺季”。

消费者平均每单节省814元

“我就是去去哪儿App上领完京郊住宿

消费券之后来预订的酒店,之前看到消息说能最高5折订房,像今天我们入住的诺金度假酒店,比没用券之前省了1000元。”游客王女士兴奋地说道。

“我和我老公两个手机一人抢了一张,分别预订了2晚京郊酒店,加起来省了1500多元,简直太划算了,这也成为我们暑期出游的动力。”游客李女士说着掏出手机;下个月继续抢。”

对于普通消费者而言,京郊住宿消费券直接降低了游客们的出游住宿成本。据去哪儿大数据,2022年7月10日-29日,每日发放

的京郊住宿消费券已兑换消费金额达1000万元以上,其中用券酒店预订替消费者平均每单节省了814元。

北京第二外国语学院旅游科学学院教授谷慧敏表示,京郊住宿消费券是一种促销的方式,消费券的推出让消费者得到了更多实惠,撬动了暑期平日时间段的消费市场。而对于企业来说,是当下“回血”的好时机。

近九成用户前往景区消费

一张京郊住宿消费券究竟能拉动多少旅

游消费?

张桐和高浩鹏的民宿均开设在景区5公里范围内,他们均表示,近期入住的民宿客人有近九成前往景区游玩。“住宿、景区游玩、吃饭,几乎所有的游客在办理入住时,都会咨询这些问题。”张桐说道。张桐经营的民宿单独配备了中央厨房,据其粗略计算,民宿住客选择店内餐食的人均消费额度在50元左右。

“按照12人的整租住客计算,京郊住宿券打5折抵扣1000元后,其房费为3000元左右。粗略计算,12人一整天的游玩消费金额,按照其进入环球影城游玩计算,每人购买环球影城门票花费600元,每人吃饭一日三餐,平均每人每顿50元,总计12人一日游花费12000元。某种意义上可以说,1000元的消费券带动了京郊目的地旅游消费金额12000元,消费券对京郊旅游消费的整体带动效应达到了1:11。”张桐说道。

类似张桐这样的民宿商家也并非个例。去哪儿大数据显示,7月10日-29日京郊景区门票预订量环比上个月同期增长496%。其中雾灵山、房山白草畔、北京环球度假区、雁栖湖旅游区等,为门票预订量增幅最高的景区。

去哪儿总裁魏志鹏分析认为,从平台的数据看,京郊住宿消费券的发放不仅带动了京郊包含住宿、景区门票、餐饮等诸多行业的恢复,也引导民众在人少的周中出游,改善京郊旅游周末过旺、周中过淡的现象,从而让京郊旅游市场的恢复更加快速、更加健康。

据悉,第二期京郊住宿消费券将于8月1日-30日的每日10:00、14:00、18:00发放,游客当月领取后,可线上预订9月30日前(法定节假日除外)周日至周四“京郊住宿券”标识的各类酒店和乡村民宿。

在资深旅游专家王兴斌看来,接下来的8月,伴随着第二期消费券的发放,这种京郊住宿预订火爆的现象还将持续,将进一步吸引更多亲子游客。北京商报记者 吴其芸

Market focus

京城“夜游”模式开启:延长营业时间 特色活动助阵

打卡地夜游项目上线

“哇,夜晚的北京环球影城又回来了,氛围感太赞了!”游客沈小姐和她的朋友们轮流在北京环球度假区内的霍格沃茨城堡前拍照。据了解,从7月30日开始,北京环球度假区延长了营业时间,从晚上7点延长至9点。同时,哈利波特与魔法世界景区内的霍格沃茨城堡夜间魔法庆典也重新回归。

“夏天,我们一般会选比较凉爽的傍晚出游,而且夜晚的景色也别有一番风味。”沈小姐表示。北京商报记者在北京环球度假区还看到,有不少持漫游卡的游客特意选择在傍晚到访。

不只是北京环球度假区,刚过完16岁生日的北京欢乐谷再次推出了夜经济产品,吸引夜游客人。据悉,北京欢乐谷推出三大天光夜谭PLUS作品,其中包括《盖世英雄》城市空间互动装置体验秀《玩宠归来》万颗星狂欢幻影秀《太空·盒子》策展型“社交玩味消费空间”。

而夏季傍晚的微风也为北京网红打卡地首钢园带去了夜游客人。此前,位于首钢园北区的■仓艺术馆推出了以“金牌首钢园-工夜”微度假”为主题的系列夜消费活动,融入展览夜赏、非遗夜游、音乐夜听、书香夜读、美食夜享等特色板块。值得一提的是,北京商报记者在采访时还看到,夜晚的首钢滑雪大跳台亮灯了,有不少游客正上前拍照。

在北京商业经济学会常务副会长赖阳看来,优秀的夜间消费项目可以促进消费

正值暑期旺季,夜游持续走热。在刚刚过去的周末,京城不少景区、文旅场所都开启了“夜游”模式。北京环球度假区恢复了霍格沃茨城堡的夜间灯光秀,并将营业时间从晚上7点延长至9点;北京欢乐谷也响应夜经济计划,推出三大天光夜谭PLUS作品……近日,北京国际消费中心城市领导小组办公室发布的《北京市促进夜间经济繁荣发展的若干措施》(即“夜经济3.0版政策”)中明确提出,打造“夜京城”城市名片,融合文旅商体,拓展特色夜间多元消费。步入暑期以来,夜游搜索量更是翻倍,成为年轻人周末休闲的主要方式之一。随着游客夜游需求的增长,将进一步激发新的消费热情,助力北京夜经济快速发展。

者消费意愿,对于企业来说,这是一个收益的增长点。所以越来越多的文旅企业推出了相应的夜间休闲娱乐项目,并延长了开放时间。

7月搜索量翻倍

正值暑期旅游旺季,游客夜游需求就像天气一样不断升温。

近日,据同程旅行发布的《2022年暑期夜游报告》(以下简称《报告》),7月以来,同程旅行平台上以“夜游”为关键词的搜索量翻倍,其中周末“夜游”搜索量最高,较日常“夜游”搜索量增长超两成。



而对于不少有旅行需求的用户来说,白天“宅”酒店、商场,晚上景区夜游、城市夜游成为暑期出行的“标配”。《报告》显示,超过80%的用户认为,旅行目的地的夜游是旅行中最不能错过的环节。品尝街边美食、欣赏城市夜景、去景区看演出、散步放松等都成为人们选择夜游的理由。从夜游人群偏好分析来看:90后“00后”已经成为夜间旅游消费的核心人群,其中,女性比男性更偏好夜游。

具体从夜游景区类型来看,同程旅行平台数据显示,近一周,主题公园以占比88%的绝对优势成为首选,动植物园、自然风光、人文古迹、城市观光等类型紧随其后。

同程旅行相关负责人表示:“夜经济”是城市生活的重要组成部分,不仅可以满足市民多元化的精神文化需求,还可以有力提升城市活力,激发新的消费热情。各地打造具有地方特色的“夜经济”模式,可以有效助力地方形成新的城市旅行名片,促进当地文旅市场的快速复苏。

赖阳认为,大部分人白天工作越来越忙,所以在晚上就会想用休闲时间来放松,早期夜经济大家关注的焦点在于晚上能吃什么喝什么,而随着消费者更加追求文化品位、生活品质的享受,因此夜间消费不再限于餐饮,更多消费则以更丰富的文化休闲娱乐内容为主。

配套交通保障至关重要

夜经济3.0版政策中明确,对标国际,打造“夜京城”城市名片。打造10个左右具有国内外影响力的“夜京城”特色消费地标,30个左右具有夜间消费显著活力的“夜京城”融合消费打卡地,40个左右具有区域保障力的“夜京城”品质消费生活圈,给予运营主体挂牌支持。

在夜游火爆的同时,周边基础设施的配套就显得尤为重要。夜经济3.0版政策中指出,强化大数据分析应用,优化夜间出行交通保障机制。根据北京气候特点,加强夜间出行数据分析,建立轨道交通延时运营长效机制。在北京环球度假区,北京商报记者还看到,园区内的主题公园信息电子屏上显示了地铁末班车的发车时间。

“企业想要做好夜游产品,要从本地居民以及游客夜生活的状况等多方面考虑。其中,交通设施就是个很重要的前提条件,游客应该既可以散得开又可以进得去,在夜游之后能够安全、方便地回到自己的生活住所或是酒店民宿等住宿场景。所以各企业要在公共交通方面多下功夫,完善交通配备。”资深旅游专家王兴斌表示。

另外,针对企业“马不停蹄”地布局夜经济产品,赖阳还认为,随着收入水平的提升,消费者用于休闲文化娱乐的消费能力也在提升,所以大家也有足够的支付能力去支持夜间的娱乐活动,促进夜经济的进一步发展。而商家自然也会抓住这个契机,在致力于打造夜经济产品的同时,也增加了自己的实力。北京商报记者 吴其芸 关子辰 摄