

# 元旦出游蓄势 海南、哈尔滨首选

在疫情防控措施进一步优化后,旅游业即将迎来首个高峰。12月8日,在优化疫情防控“新十条”落地后的首日,“元旦住宿预订量上涨近300%”等词条冲上热搜。北京商报记者从多家旅游平台获悉,在元旦假期通知公布后,旅游平台机票、酒店搜索量应声上涨超6倍,其中三亚、哈尔滨等成为热门旅游目的地。有旅游机构预计,接下来春节期间旅游出行意愿持续高涨,整个旅游业也将迎来快速复苏。

- ◆机票、酒店产品搜索量增长分别达到6倍与7倍
  - ◆“跨年”“元旦出游”“春节”等关键词搜索热度达到今年内峰值
  - ◆元旦期间北京飞往三亚的航班价格相比12月有小幅度的上涨,部分酒店上涨超八成
- 携程**
- ◆“元旦”“跨年”等相关关键词搜索量环比上涨超过797%
  - ◆元旦期间的住宿预订订单环比上周增长606%
  - ◆广东省景点门票订单量日环比增长190%
- 美团**
- ◆元旦预订量周环比上涨约135%
- 木鸟民宿**



游商家信心倍增,并积极布局相关旅游产品。对于他们而言,这个元旦是个不容错过的复苏节点。

携程业务相关负责人表示,商家和平台也在加紧布局元旦和春节的出游产品,近日,携程BOSS直播还上线了冬日美景系列,覆盖多个寒假、元旦、春节不加价产品,助力游客提前种草、安心囤货。无独有偶,去哪儿相关负责人也介绍,目前平台推出了“低价不隔离航线”产品,包含全国范围飞往三亚、厦门、张家界等低价放心玩航线。

在OTA平台“马不停蹄”上新的同时,旅行社企业也正加速抢占市场红利。“目前众信旅游旗下优享民宿还准备了部分冬日主题产品,包括滑雪场、春节团圆主题等。”众信旅游相关负责人介绍道。针对元旦和春节产品的更新,中青旅遨游科技相关负责人说道:“元旦和春节的大部分跟团游产品已上线。针对寒假春节个别市场的线路已经设计好,待价格确定后就会上线。”

值得注意的是,不少游客也开始启动筹划明年的旅行。据携程数据,截至12月7日上午12时,本周内2023年出行搜索热度较去年同期上涨超过900%。

同程研究院高级研究员张明阳介绍,今年元旦期间,部分长线旅游目的地也将出现复苏态势。随着政策的变化和人们出游信心的恢复,春节及明年春季的旅游市场更值得期待。

在北京第二外国语学院中国文化和旅游产业研究院副教授吴丽云看来,基于优化疫情防控“新十条”措施,在元旦、春节期间预计将迎来旅游高峰,与之前相比,客流量肯定会有所增长,但仍会有一部分消费者抱有观望态度,所以旅游业是否能够快速复苏仍需要进一步观察。

北京商报记者 吴其芸

## 元旦等搜索量涨超797%

优化疫情防控“新十条”公布后,作为接下来的首个小长假,元旦假期受到不少游客的关注。

在元旦放假日期确定后,一些国内游客便开始安排假日出游计划。同程旅行数据显示,截至12月8日上午10点,元旦期间出行的机票搜索量较前日同一时段上涨超过5倍,元旦期间的酒店搜索量较前日同一时间上涨近7倍。

根据携程方面发布的数据,元旦假期通知发出后的10-12时,携程机票、酒店产品搜索量环比前一日同时段增长分别达到6倍与7倍,“跨年”“元旦出游”“春节”等关键词搜索

热度达到今年内峰值。

同样,美团平台上,“元旦”“跨年”等相关关键词搜索量环比上涨超过797%。元旦期间的住宿预订订单,环比上周增长606%。

不仅机票、酒店产品的搜索量大幅攀升,民宿也在元旦期间受到大家的青睐。木鸟民宿方面表示,元旦放假通知发布后,元旦、春节期间民宿搜索量暴涨,环比前一日增长分别达到6倍、4倍;截至12月8日11时,元旦预订量周环比上涨约135%,较2021年同期上涨15%。

可见,随着国内疫情防控政策不断优化,诸多利好因素的叠加使人们出行的需求得以释放,元旦假期也可能成为国内旅游业复苏的首站。

## 热门目的地酒店价格涨超八成

从目的地来看,海南、上海、北京、哈尔滨等旅游胜地也成为这个元旦假期游客的首选。

“这个元旦我终于可以去三亚了!”游客赵女士激动地说,“从去年元旦开始,我们就打算带着家人到三亚跨年,但由于疫情的变化以及工作的要求,这个旅行计划一直被搁置,今年终于如愿以偿了。”

北京商报记者在携程旅行App上看到,元旦期间北京飞往三亚的航班价格相比12月有小幅度的上涨。酒店方面,部分热门酒店也出现价格波动。其中,三亚珊瑚湾文华东方酒店12月10日翠园轩高级园景大床房的价格为

2204元一晚,而12月31日晚同房型的房价则为4061元,上涨了超八成。

除海南外,也有不少旅游目的地受到游客青睐。美团数据显示,截至12月7日15时,广东省景点门票订单量日环比增长190%,广州飞跃丛林探险乐园增长240%。同时,“瓦屋山跟团游”浏览热度周环比增长超10倍,“达古冰川两日游”增长260%，“仙女山跟团一日游”增长459%，“大理跟团游”“西双版纳跟团五日游”等产品浏览热度增幅超100%。此外,元旦期间的住宿浏览热度最高的城市包括武汉、上海、南京、北京、杭州、成都、三亚、南昌、青岛、广州。

## 商家上新产品抢先机

人们出游热情的不断高涨,也让众多旅

## 天桥百货重生

作为曾经北京商场门面之一的天桥百货商场,面对消费升级,迈出调整的步伐。近日,北京商报记者在走访中了解到,天桥百货内不少铺面位置闲置,并开展招租,为新一轮的调整做准备。同时,物业的流拍也为天桥百货的经营蒙上一层阴霾。在北京推动传统商场改造的背景下,天桥百货向社区型商业项目转型或许不是不错的出路。

### 2023年启动改造

地处天坛旁,临近地铁,天桥百货的区位优势自不用多说,只是这家曾风靡一时的老百货暗淡了。作为稀疏客流中的一员,北京商报记者走进了天桥百货。

天桥百货内,一层、地下一层处于商业运营状态,有三四十个商家在营,其中包含味多美、肯德基、大海碗、呷哺呷哺等餐饮店铺,零售批发包括足佰健老人鞋等商铺。一位商铺的工作人员表示,“这里正在招租,引进商户”。

北京商报记者联系到天桥百货的运营方——北京翰屹桦商业管理有限公司,该公司负责人表示,天桥百货正在新一轮改造升级中,目前正处招商状态,具体改造预计2023年春节后启动。新一轮的改造将对天桥百货的外立面及内部扶梯等基础设施进行更换,改造后一层主要为微百货业态,二层为零售业态,三层为餐饮业态。

上述工作人员进一步介绍称,目前,天桥百货正与比格披萨、茶百道等餐饮品牌接洽,预计后续将作为引入品牌补充其餐饮业态,改造后餐饮业态将成为商场未来发展主力,整体改造预计明年5月完成。家住天桥百货周边的杨女士表示,此前,天桥百货二层曾用于接待旅游团购物,销售一些区域特色商品。

值得关注的是,天桥百货曾在北京零售市场有着不错的市场影响。据悉,1953年成立的天桥百货是中国改革开放以来,全国首家正式注册的股份制企业。1993年,天桥百货登陆上海证券交易所挂牌交易。直至1996年年末,天桥百货公司净资产达19387万元,是1984年时的114倍。

### 流拍加剧不良循环

自身硬件条件有限让传统百货商场没落,而物业流转让天桥百货的调整、规划增加了诸多不可控因素。阿里法拍平台显示,在今年11月的拍卖中,因借款合同纠纷变卖价约3.8亿元的北京天桥百货商场再遭流拍,即使起拍价比评估总价低1.79亿元,仍未有买家出现。

物业流转始于沈阳北大青鸟产业投资有限公司的介入。1998年,北大青鸟有限责任公司和北京天桥百货发布公告,宣布北大青鸟通过协议受让方式受让北京天桥百货部分法人股股权。股权受让后,北大青鸟成为北京天桥百货第一大股东。

自2019年6月份开始,天桥百货商场已经历6次拍卖。

多年以来,天桥百货始终未有持久的商管公司运营,2019年5月,天桥百货发布公告显示,北京地业房地产开发公司已经全面接管天桥百货,如今又由北京翰屹桦商业管理有限公司进行商业管理。对于北京地业房地产开发公司同天桥百货目前的合作状态及同北京翰屹桦商业管理有限公司有何关系,北京商报记者进行了采访,截至发稿,未得回复。

“不稳定”的物业管理,也连带导致天桥百货调整“失控”。早在2005年,天桥百货就对一层珠宝城进行调改,2008年又进行新一轮调改,将商场主营内容转型为经营民族特色商品、老北京特色小吃、旅游工艺品等,着力打造“京城民俗旅游商品第一家”。但两次调改并未给天桥百货带来新的发展机遇,2010年,天桥百货因经营问题,开启第三轮改造,转型时尚百货,更名“天桥乐汇购物中心”。虽历经数次调改,在新兴百货业日益繁盛的背景下,天桥百货皆未能找准自身定位,实现转型。

### 转型社区生活中心

占据地利的天桥百货,需要一次更精准的改造升级。北京国际商贸中心研究基地首席专家赖阳表示,对于手握交通优势的天桥百货来说,向社区便利商圈转型是当下发展的重中之重。附近居民区的密度较高,而居民区的周围缺少一个社区生活中心。随着疫情环境的好转,来到天坛旅游及天桥剧场的游客增多,餐饮业态比重的增大对天桥百货来讲未尝不是转型的好出路。

今年5月,北京市文物局发布《北京中轴线文化遗产保护条例》指出,在南起永定门北至钟鼓楼的直线距离7.8公里的中轴线上,北京市人民政府、保护对象所在地的区人民政府及其有关部门应当加强对北京中轴线保护区域内业态的引导,优化业态分布,培育和扶持符合北京中轴线遗产价值传承的业态发展。

位于永定门内大街的天桥百货恰在中轴线的南端。在优势政策的擎架下,中国商业地产工作委员会主任郭增利也表示,老百货面对市场新需要,向社区购物中心方向进行转型升级成为推陈出新的有效途径。天桥百货应在对市场进行充分调研的基础上,强调日常刚性需求,同时和周边文化环境相结合,强调“文化+商业”的融合,将天桥百货打造成为提供社区生活服务的社区社交中心。

“商场转型的关键,不仅在于对周边环境的统筹规划,更是对幕后商管公司运营能力的考究。打造社区生活方式中心并不仅是餐饮业态的增加,品牌组合、百货文化的保留也同样重要。未来,天桥百货更应在品牌组合、客群调研上加大功夫。”赖阳表示。

北京商报记者 赵述评 王思琦

## 抛出重振信心战略 携程打响旅游企业抢市第一枪

在优化疫情防控“新十条”发布后的第二天,携程就迫不及待地开始了新的战略调整。12月8日,携程集团推出“2023旅游振兴A计划”,并祭出三“重”战略,其目的正是试图通过新的计划抢占正在复苏的旅游市场,同时背后也有进一步提振业绩的意图。在过去的三年里,携程也在通过诸多营销手段来增加销量。当下,旅游市场正在逐渐复苏,旅游企业市值也正在提升,而多家旅游企业也在暗中筹备产品,谋求市场先机。预计明年,除了传统旅游目的地的回归,一批小众新型目的地也会脱颖而出。

此次携程推出的三“重”战略中,包含“重塑品牌价值”“重构产业生态”“重振消费信心”。其中,“重构产业生态”是携程将在2023年在全国落地10座携程文旅产业孵化中心。携程集团执行副总裁、首席市场官孙波表示:“首个孵化中心将于2023年上半年在福建落成。”提到“重振消费信心”战略,孙波还介绍,此次营销战略将落地为“四季计划”,目的地可以每周通过自营星球号和平台矩阵号运营内容和粉丝蓄水;每月通过平台超级时令节点活动、系列直播运营、文旅消费补贴等获得订单爆发等。

针对推出新计划的目的,携程方面有关负责人在接受北京商报记者采访时表示:“‘新十条’等多项出行利好措施落地后,市场和用户反应热烈。但是我们也看到,三年来旅游业产业格局和消费需求都发生了微妙变化。相比疫情前,消费者需求更细分、非线性变化。同时,目的地在旅行用户心中重塑品牌形象成为当务之急。”在业内人士看来,携程此举也在试图通过新的计划来抢占即将复苏的旅游市场份额。

在过去的三年里,整个旅游行业持续受到疫情的影响,呈现出低迷的状态,尽管众多旅游企业一直在迎难而上,为之做着努力,但多数旅游企业仍然不及疫情前的水平。

根据携程公布的2022年Q2业绩,报告期内,携程净营业收入为40亿元;实现净利润4300万元,去年同期为净亏损6.59亿元,同比扭亏为盈。虽然整体业绩逐渐回暖,但仍与疫情前存在差距。

在12月7日优化疫情防控“新十条”发布后,旅游股应声大涨。加之最近一段时间利好因素的叠加,携程的股价也走出了低谷。截至12月8日港股收盘,携程报261.6港元/股,总市值1679亿港元,在此之前,携程股价已连续多天上涨。

在业内人士看来,携程此举也在试图通过新的计划来抢占即将复苏的旅游市场份额,进一步加速其业绩恢复,为下一步市场复苏发力。

作为旅游行业的头部企业,携程的“抢跑”也预示着旅游业即将迎来复苏。而在此情况下,也有不少旅游企业在暗自做着布局。

具体来看,美团酒店将综合酒店民宿、景点门票、机票火车票、餐饮、休闲娱乐等不同业态的流量变化,综合评估不同城市用户的细分需求和商户的复工复产状态,推出针对性的营销活动。去哪儿相关负责人还表示,目前平台推出了“低价不隔离航线”产品,包含全国范围飞往三亚、厦门、张家界等低价放心玩航线。同时,众信旅游旗下优享民宿也准备了部分冬日主题产品,包括滑雪场主题、春节团圆主题等。

北京第二外国语学院旅游科学学院教授谷慧敏表示,“目前,旅游企业需要跟进战略和措施,来确保消费者真正的有信心去旅游。下一步,各旅游企业需要好好研究细分市场的需求,有针对性地推出差异化的产品,把产品做扎实。满足这个时期消费者最核心的一些利益诉求,把安心旅游做好最为关键,要打消消费者在旅游过程中对于安全、卫生等方面的顾虑”。

北京商报记者 吴其芸