

《中国旅游目的地复苏调查》报告发布

复制淄博出圈 旅游目的地需具备三大条件



在“2023深蓝媒体智库年度峰会暨高质量发展与品牌创新大会”上，北京商报社总编辑助理齐琳发布《中国旅游目的地复苏调查报告》时提到，淄博出圈后，大量的旅游目的地都想成为下一个淄博，想要复制淄博模式，各旅游目的地需要同时具备出圈城市的较好的表达能力、管理能力以及运营能力。

齐琳表示，深蓝智库综合各机构提供的数据，从目的地旅游订单量、机票预订量、高铁预订量、酒店预订量、景区门票预订量五大维度梳理发现，2023年一季度，北京、上海、广州、成都、杭州、深圳、重庆、西安、南京、武汉成为国内旅游目的地TOP10城市，其中北京高居旅游目的地的复苏TOP10城市榜首，这一趋势也延续至今年的“五一”。

这10个上榜城市，从城市规模上看都是超大城市和特大城市，本地人口出行需求巨大，能够支撑巨大的旅游消费市场；从消费业态来看，这些城市不断创新旅游产品、打造城市旅游IP，对年轻人具有极大的吸引力，而这些人正是旅游的主力军。

在景区方面，人文景区一季度和“五一”的表现要好于自然风光景区。在今年一季度TOP20的景区中，自然景观仅有6个，而人文景区占到70%。人文的爆火不仅仅体现在景区分类，即使是自然景观，是否具备人文元素，也成为抢先复苏特别是增加二次消费的关键。

同时，此次TOP10旅游目的地复苏城市中，多个非一线城市成为热门目的地。其中，西安是唯一一个以非GDP10强入围旅游复苏TOP10的城市。在一季度数据

中，西安的景区门票预订量和旅游订单量同比2022年分别增长877%和234%，均位列TOP10城市榜首。复苏步伐如此之快，除了背靠十三朝古都、拥有丰富的文化旅游资源外，创造性的文旅融合、高品质IP打造以及好的城市表达能力是西安出圈的三大法宝。

但也有反面典型，无论是一季度还是刚刚过去的“五一”假期，曾经的旅游热门目的地三亚落榜。数据显示，与一季度旅游目的地复苏TOP10城市相比，目的地为三亚的旅游订单量增长幅度仅为37%，而TOP10城市的此项数据基本都超100%。从景区门票预订量维度来看，三亚的景区门票预订量增幅为107%，仅超过TOP10城市中的重庆和成都，远低于同样为旅游城市的西安。

在齐琳和研究团队看来，过于典型的淡旺季、免税优势不足、人口总量少、经济辐射程度低、本地旅游市场腹地不足、距离核心消费市场远是三亚遭遇失落一季度的原因。

在谈及今年最火的目的地淄博时，齐琳披露，在“五一”假期首日前往淄博旅游的人群中，“90后、00后”年轻群体占比超八成，其中“00后”超五成。而利用社交媒体精准定位年轻客群，是淄博火出圈的第一步。在淄博出圈后，当地政府的管理与疏导也至关重要。好客的淄博人更是做到了“让景于客”“让路于客”。“通过解析两个非一线城市的出圈之路，我们发现，出圈的城市需要有很好的表达能力、科学的管理能力以及创新的运营能力。”齐琳总结道。

【 报告亮点 】

• 北京居旅游复苏TOP10城市榜首 •

深蓝智库根据机构提供的数据，从目的地旅游订单量、机票预订量、高铁预订量、酒店预订量、景区门票预订量五大维度，也是行业内认可的目的地复苏指数梳理发现，2023年一季度，北京、上海、广州、成都、杭州、深圳、重庆、西安、南京、武汉成为国内旅游目的地TOP10城市。

今年“五一”热门旅游目的地TOP10中北京、上海依然稳居前两位。虽然广州下滑至第五名，成都挤进TOP3，但总体TOP10城市并没有发生根本改变。在旅游订单量维度，北上广三地一季度订单量增幅在合理区间内，并没有出现典型旅游城市的暴增，目的地为三地的旅游订单量同比增幅分别为112%、76%和61%。

三地的机票、酒店和高铁的复苏指数总体理想，其中目的地为北京的机票、高铁、酒店订单的同比增长分别为47%、122%和147%；目的地为上海的机票、高铁、酒店订单的同比增长分别为48%、98%和84%；目的地为广州的机票、高铁、酒店订单的同比增长分别为39%、50%、和109%。

• 人文景区完胜大江大河 •

深蓝智库根据OTA提供的数据统计发现，2023年一季度景区门票订单量TOP20中，自然景观仅有九华山、黄山、华山、鼋头渚、趵突泉和峨眉山。其余均为人文景区，占比高达70%。从过往自然景观区占主流的出行，到现阶段人文景区的翻身仗，市场行情转变的背后，国内的人文景区靠什么获得游客的认可？

从需求端看，随着眼界的不断开拓，当下的游客旅行经历丰富，物质生活富足，对精神层面的需求更高，而人文景区承载了过去和现在的串联和对话，能够满足当代人精神层面的追求。而疫情后持续火爆的亲子游，叠加研学游、家庭出游、大学生旅游等，更是让人文景区在今年一季度进入了新的发展阶段。此外，交通的便捷性也是人文景区能否获得持续热度的关键。深蓝智库梳理发现，上述TOP20景区，多分布在交通便捷的城市，旅游资源丰富、基础设施完备。

从市场的角度来看，正是由于自然风光不足，人文景区转向深挖文化资源、推出全新文化体验等，延长游客在景区停留时间、拓展景区营收内容。

“五一”实现国内旅游收入

1480.56亿元

同比增长128.9%

恢复至2019年同期的
100.66%2023年一季度
国内高铁订单量
同比增长55%

高铁订单量TOP10城市

北京

广州

上海

成都

杭州

重庆

深圳

南京

郑州

武汉

30%
自然景观TOP20景区中
人文类和自然类
分类占比70%
人文景区