



休闲服务行业假日观察：春节 文旅表现平稳 周边游纵深发 展 亲子&冰雪游火热



投资要点

文旅表现平稳，周边游持续主导市场。

根据文化和旅游部数据中心统计，春节假期（1月31日-2月6日），全国国内旅游出游合计 2.51 亿人次（yoy-2%），按可比口径恢复至 2019 年春节假日同期的 73.9%；实现国内旅游收入 2891.98 亿元（yoy-3.9%），按可比口径恢复至 2019 年春节假日同期的 56.3%，人均消费 1152.18 元（恢复至 2021 年春节 98%）。近程游、乡村游、冰雪游以及都市休闲、走亲访友等旅游需求逐步释放，历史文化街区、旅游休闲街区和主要城市文化场所客流增加。据交通运输部预计，春节假期 7 天全国铁路、公路、水路、民航发送旅客 1.3 亿人次，较 2021 年+31.7%，比 2019 年-69.2%。国务院联防联控机制综合组于节前提出“五个不得”限制防疫政策层层加码，我们预计在疫情反复背景之下，居民外出旅游意愿下降，本地消费或有良好表现。

本地/周边游持续主导春节文旅市场，需求纵深发展。伴随节前多地疫情反复致长途文旅市场遇冷，2022 年春节就地过年下的本地游、周边游及短途自驾游需求依然强劲，据途牛数据显示，广东、上海、江苏等省为最受欢迎周边游目的地。1 月 20 日，据飞猪数据显示春节出游订单中本地及周边游占比近 60%。由于周边游持续主导文旅市场，且消费者需根据疫情动态调整出游规划。相关旅游主题日渐丰富多元，随着就地或就近旅游团队规模缩小、体验项目增多、旅游玩法创新、行程天数延长，游客不出远

门也能体验深度游。2022 年春节周边游呈现用户决策周期较以往春节（需提前 15-30 天制定旅游计划）更短、“酒店+”是近两年微度假潮流趋势等特征。据途牛数据显示，春节游客行程在 1-3 天的游客占出游总人次的 28%，行程为 4-6 天的游客占出游总人次的 33%。携程数据显示，截至 2 月 5 日，本地酒店订单量占比约为 60%，其预计春节期间温泉、亲子等主题酒店的订单量将分别占总订单量的 55%和 12%。

文旅大省表现突出，冰雪游、亲子游受追捧。

华南及西南复苏态势明显。据各地文旅局数据显示：四川省作为文旅大省，结合冬奥会开幕及“年味”热点，冰雪游及本地文旅新场景需求不减，695 家 A 级旅游景区春节前六天累计接待游客 1867.86 万人次（yoy+14.4%），实现门票收入 1.79 亿元（yoy+17.3%）。北京因就地过年及冬奥会开幕乡村游累计接待 44.6 万人次（yoy+230%），营业收入达 0.74 亿元（yoy+140%），乡村民宿呈现出“一房难求”态势。宋城春节 7 天各大千古情等主秀演出 75 场，剔除暂未营业情况总演出场次同口径恢复至 2021 年同期 83%。

“双减”后首个春节长假，亲子游火热，冬奥会带动冰雪旅游。2022 年春节是“双减”后的第一个春节，亲子出行意愿增强，据携程数据显示，2022 年春节亲子订单占比接近 40%，亲子家庭逛景区的花费相较非亲子的订单花费多 31%，在冰雪旅游方面，携程平台春节前三天（1 月 31 日至 2 月 2 日）滑雪门票订单较 2021 年同增 33%，滑雪酒店订单同增 52%，

酒店人均花费同增+13%。

风险提示：疫情持续蔓延、宏观经济波动、政策变化、行业竞争加剧等风险。业务转型、市场开拓、产能提升等方面进度低于市场预期风险。

关键词：疫情

预览已结束，完整报告链接和二维码如下：

https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_37041

