



的极端体现。

春秋旅游副总经理周卫红表示，对于国内游来说，面对“大客流”所带来的对体验度的挑战，甚至是潜在性的风险，既需要产品设计时予以充分考虑，也需要服务人员现场的规范、及时应对和处置。

即便有应急预案，交通部门也没想到这次“五一”会有如此大的客流——今年4月27日至5月4日，全国铁路发送旅客12亿人次，日均发送旅客1500万人次，较2019年同期增长20%。例如，4月28日，上海虹桥火车站当日发往全国各站车票全部售罄，连歌手薛之谦都不好容易才抢到了两张高铁站票，只能带着保镖两人站着从上海虹桥去南京开演唱会……

与此同时，酒店业也迎来了久违的春天。

以世茂酒店集团为例，旗下36家酒店在“五一”期间总出间过夜数3.24万，同比增长164%，按可比口径恢复至2019年同期的118%；总收入同比增长145%，按可比口径恢复至2019年同期的150%。其中，10家酒店实现了连续两天或三天满房的好成绩，27家的平均房价创2019年以来同期新高；沈阳世茂希尔顿酒店在4月30日创造了2018年开业以来单日平均房价和客房收入的历史新高。

值得一提的是，世茂酒店位于香港的双品牌酒店——香港东涌世茂喜来登酒店、香港东涌福朋喜来登酒店的平均入住率同比2021年增长近60个百分点。

而旅游业从业者们也终于苦尽甘来。过去三年，旅游行业的低迷让众多导游经历了沉寂、转行。文化和旅游部数据显示，2019年一



2022年，全国旅行社从业人员由约41.6万人逐年缩减至24.3万人，签订劳动合同的导游人数由超12万人降至约8.2万人。

携程数据显示，今年“独立成团”“专车专导”的私家团订单量比2019年“五一”大增874%，单均消费增长11%。由于私家团相对于常规的旅行团，需要更多的导游、旅游用车才能承接服务，所以私家团的火爆，有效带动了“五一”期间消费者对导游、用车的需求，甚至很多导游忙得“分身乏术”。可以推测的是，因为市场需求大增，旅游业曾经流失的人才、资源都将加速回流，这也将进一步促成旅游业的复苏与兴旺。

上海春秋旅游的导游小杨，从今年4月开始恢复到了2019年的同期工作量。4月以来，他已经连续带团十几天没有回家休息了。工会游、踏青游、周边游……轮番上阵，再

上图：2023年5月12日，虽然“五一”假期已经过去，但工作日早晨八点的上海迪士尼热度不减，依旧火爆。

次感到了久违的却也是快乐的忙碌。而在重庆担任导游的小刘面对飙升的旅游需求表示：“理想情况下，团费较高的旅游团，都会让中、高级导游去带。因最近缺导游，但凡有导游证、稍微讲得可以的导游都得顶替上。”来自浙江的导游小朱，带团游行程已经排到了6月。

在过去三年时间里，不少旅游从业者都或多或少经历过迷茫无奈，有的甚至选择了转型。但现在，他们终于看到了行业的春天。

旅游消费为何却在减少

虽然“五一”出游人次、国内旅游收入，均超疫情前水平，但人均消费有所下降。文化和旅游部数据显示，2023年“五一”假期人均消费540.35元，较2019年同期下降10.46%。

而今年春天以来特别热门的“特