



种兵式旅游”，大学生是其主要参与群体。他们经常用短暂的周末打卡数个城市、多个景点，也就是花更少的时间、更低的费用游览尽可能多的景点，被认为是旅游消费减少的典型表现。

红极一时的淄博烧烤，同样如此。对许多旅游爱好者来说，坐一趟高铁去山东开销不大，淄博烧烤人均消费只要50元，当地酒店还被限制上涨幅度。费时费钱少的淄博，成为一个“想走就走”的旅游目的地。

事实上，疫情之前的长假期间，朋友圈内的出游照片宛如“世界风光摄影大赛”；而今年“五一”，更多人的出游集中在周边城市，出行半径大大缩短。

对此，光大证券分析师认为，从一季度居民收入和消费数据看，居民收入增速提升、消费倾向开始回升，已经高于2020—2022年，但尚未恢复到疫情前水平。申万宏源分析师则认为，“五一”人均旅游消费恢复不足，可能就是“就业压力下居民收入恢复偏慢”的反映。

而携程研究院战略研究中心主任彭涵一针见血地表示，现在旅游业景气度最大的不确定因素，还在于宏观经济层面。大家再憋疯了想出门玩耍，旅游业也不可能独立于经济规律、完全逆势生长。“不过，因为中国人‘穷家富路’的传统消费习惯，长线出行也会带动‘吃住行游购娱’一整条产业链的繁荣复苏——旅游对于整个线下消费来讲，属于‘牵一发而动全身’的火车头，诸多产业因此受益。”

根据国家税务总局5月4日发布的增值税发票数据，用“收入同比



上图：“五一”假期第四天，北京故宫博物院游人如织。

增长”这个维度做以下排序：游乐园（11倍）>旅行社及相关服务业（4.4倍）>公园景区（3.5倍）>休闲观光活动（3.3倍）>旅游游览和娱乐服务业（3.2倍）>住宿服务（52.3%）>餐饮服务（32.8%）>室内娱乐服务（23.8%）。在彭涵看来，旅游市场的红火，对于激发内需本身也有着强力拉动的作用——因为旅游在创造就业方面是可依赖的对象。

作为假期大热的旅游目的地，北京和上海的客流接待数据也可作为参考。据北京市文旅局消息，今年“五一”假期北京接待游客912.8万人次，按可比口径比2019年增长6.6%；旅游总收入134.6亿元，按可比口径比2019年增长13.9%；人均花费1474.4元，比2019年增长6.8%；三星级及以上酒店平均出租率77.5%，比2019年同期增加10个百分点。

据上海旅游大数据监测，今年“五一”假期上海共接待游客1564.94万人次，实现旅游收入188.97

亿元；主要旅游景区累计接待游客638万人次，宾馆平均客房出租率71%。记者查阅了2019年“五一”假期上海的相关数据，可供比对的数据为当时全市161家主要旅游景区累计接待游客560万人次。从接待游客人数看，今年有所增长，但从日均接待游客量来看，今年“五一”假期的数字有所下降。另据上海文旅部门公布的数据，今年“五一”上海宾馆平均客房出租率较2019年“五一”增长12个百分点。

也许，旅游消费减少，只是一时的表象。

## 市场呈现“多极化”

一部分人在景区“挤破头”，一部分人却早早提前撤离。

上海宝妈小陈“五一”期间在浙江一处五星级酒店提前退了房，和老公带着孩子开车“逃”回了上海。她