



告诉《新民周刊》，这次出游人太多了，酒店价格狂飙，路上又那么堵，来回一趟“劳民伤财”又没玩好。

像小陈这样想法的游客，在这个“五一”不是少数。那么，“史上最火五一”，是不是只是旅游市场的昙花一现呢？

在党宁看来，相比于疫情前，今年“五一”后的一周，对于旅游的关注度（百度搜索指数）只下降了18.4%，而这一数据在2019年为41.5%。假期过后旅游的热度仍在持续，“节后效应”并不凸显，这在一定程度上说明今年“五一”旅游市场的火爆并非只是简单的“报复性”反弹，而是旅游业消费群体、消费方式的转变所引起的持续现象，旅游业迎来了恢复的“春天”。

当然，党宁进一步表示，和疫情前相比，今年“五一”假期的国内旅游市场呈现“多极化”特点。

第一是“品质游”，随着国内旅游市场的消费升级，加上一部分

来自出境游客的国内转向，对旅游产品与服务品质要求越来越高，倒逼一些国内旅游产品和目的地与国际标准接轨，推动国内旅游的高质量发展。

第二是“年轻化”“个性化”。随着网络的普及，年轻人掌握着互联网的主导权，线上订购、售后点评、社交媒体分享等形式正深刻影响着市场格局，追求体验和高性价比的年轻人已经成为了国内旅游市场的主力军。在不断变化的旅游需求中，年轻人群体越来越注重个性化和“小而简单”的休闲方式，Citywalk（城市行走）、露营、品茶、爬山、祈福等游玩方式正逐渐成为一种日常。

第三是“多元化”。旅游产品也在不断更新迭代，更美、更舒适、选择性更多的产品在不断涌现。产品的多元化要求体现在很多方面，是否可以组成更灵活的打包方案、是否有更独特的体验方式、是否具备更高的性价比等都成为了市场关

注的焦点问题。

不过，此次“五一”假期暴露的问题，如果不能及时解决，也会影响今年国庆黄金周消费者的出游意愿。

例如，有微博用户发布的一张“2023年全国各城酒店‘五一’价格对比图”，详细列出了今年“五一”期间涨价幅度最大的30家酒店。其中，排名第一的是秦皇岛的一家酒店，“五一”假期价格涨幅达到591%。而涨幅超过240%的酒店所属地区，还包括阳朔、庐山、大连、桐庐、淄博、佛山、安吉、北海、柳州、临海、沈阳、烟台、泉州、平潭、大理、汕头、景德镇、长沙、澳门、苏州、北京、黄山、香港、连云港和西昌等。

事实上，除了“酒店刺客”，民宿涨价退单，景区排队和服务问题等，在每个旅游旺季都会出现。

在上海财经大学旅游管理博士生导师何建民教授看来，目前国内旅游要想持续复苏，在休假模式和旅游服务人员管理方面都可以做文章。例如，今年国庆节和中秋节一起连休8天，但是节后要上七天班，很多人会觉得不适应。

对此，何建民对《新民周刊》表示：“在一年总假期天数不变的情况下，把使用权下放到企业，让企业和员工去商量怎么来使用每年的这些假期，形成错峰休假和出游，就不会造成旅游业‘暴饮暴食’的尴尬局面了。”

至于旺季人手不够的问题，其实也很好解决。何建民建议，景区和民宿不妨考虑雇佣当地退休人员或者招募一些志愿者，进行灵活就业，可以更好地配置人力资源。

只有解决了以上这些痼疾，国内旅游业才能真正迎来春天。■

下图：“五一”期间，在泰山脚下的岱庙天贶殿前，50余名来自全国的汉服模特展开激烈角逐，为现场游客献上了一场国风盛宴。

