

今年几大假期商旅餐饮均出现较大“复苏性”增长

商旅市场整体向好 促消费应为长期举措

文化旅游是扩大内需的有效途径,更是满足人民群众对美好生活追求向往的重要载体。

2023年前三季度,包含了春节、五一、中秋和国庆黄金周几大假期,节假日出行、探亲团聚、旅游休闲度假各方面的需求集中释放,文商旅市场整体表现稳定向好,人们出行需求的集中高释放,为文商旅板块升级提质营造了有利条件。

据广东省文化和旅游厅数据,刚结束的中秋国庆“超级黄金周”,八天时间全省累计接待游客6386.2万人次,同比增长44.7%,较2019年增长1.6%;旅游总收入571.6亿元,同比增长148.7%,较2019年增长7.7%,文商旅市场总体呈现“持续升温”的态势。

但业内人士也提醒,尽管今年几个大假期商旅餐饮均出现较大“复苏性”增长,业绩总体向好,经营者仍应保持冷静,要看到消费力修复需要时间,促消费应成为一项长期助推举措。



■2023广东国际旅游产业博览会汇聚了全球50多个国家和地区、国内30个省(区、市)参展机构。
夏世焱/摄

旅游预消费态势逐步回归 行业复苏重要风向标

文商旅板块现阶段的主要提振点集中在:继续探索深度融合,开发新业态、新模式和新供给,促消费而发放的文旅消费券,在广东省旅博会期间三天粗估拉动约等效4倍的销售额,另外,旅游产品“预消费”的态势正逐步回归,业内人士称这是“行业复苏的重要风向标”。

“感觉今年旅游行业从整体看表现都比较稳定向好,民众出行意愿强烈,也更青睐一些比较长线行程或深度游的玩法。”广之旅相关工作人员接受新快报记者采访时表示,中秋、国庆黄金周出境游、国内游和周边游等多个板块的成绩都颇为不俗,而且旅游消费打出提前量的预售消费处于回归状态,“政

府针对文商旅领域的补贴,对拉动消费有明显促进效果,有助于进一步提振市场活力。”

一方面是行业市场的“复苏”,另一方面文旅板块的从业者也在重新审视自己,以旅行社板块为例,定制类、个性化、高感受等品质体验类旅游产品更为旅行社重视,广东中旅、广东青旅等旅行社都在研判市场形势的基础上,通过更加合理地规划旅游行程进一步提升综合产品的竞争力。

与此同时,节假日出行的大量增加、长途游的恢复,也同步带动了文旅板块“衣食住行游购乐”的住,呈现出“井喷”表现。广东酒店行业协会会长

张添接受新快报记者采访时谈到刚刚过去的中秋、国庆黄金周,“一些原本运营就良好的酒店出现了连续满房的火爆场景,营收远超2019年同期。”

需求高涨加政策促进的叠加效应,成为有效的“助推器”,酒店板块也纷纷审时度势积极推出各种“住房+”的优惠促销产品,“房+餐”“房+游船”“房+房”等也成为增收亮点,借助与酒店餐饮的联动,也拉动了一波客房消费。广东旅控集团有关负责人告诉新快报记者:“旅控集团酒店板块优化相关客房服务和产品体验,并且与酒店餐饮联动提供各种套餐,拉动客房、餐饮收入,长假期间总营收同比2019年增幅达40%。”

消费力恢复需要时间 应冷静对待不确定因素

不过,业内人士也表示,消费力的恢复、修复都需要时间,所以尽管目前看起来行业业绩尚可,但经营者仍应保持冷静、理性,要看到在全域经济复苏发展过程中存在的不确定性因素,也要看到消费力的增长并未完全恢复,是行业需要面对的新的挑战。

张添就在采访中提及假期出游、酒店住宿的火爆,同时也暴露出客单价下降的趋势,行业经营者一方面需要抓紧时间恢复自身受损的服务能力,借科技力提升经营效率;一方面也要重新根据消费者的偏好,开发更多更合适的产品,适度降低消费门槛,吸引更多消费者关注;再一方面也要用好政府层面提供的相关优惠政策与帮扶措施,在确保服务品质的前提下,形成高质量发展的良性循环。

他同时也提到,鉴于种种不确定因素可能对行业产生的影响,“促消费”的举措应该成为一种长期为之的手段。

进入第四季度,对文商旅板块来说,秋冬游市场、“清年假”人群以及接下来的新年、寒假、春节等传统旅游旺季,都可以借助“双十一”“双十二”的电商平台走一波量,用高性价比的品质产品、爆款产品等打一个提前量,一是给传统旅游旺季预热,二是借机进行有效的市场铺垫,争取在新年前取得更好的年终业绩。

各大旅行社近期集中上架以退休长者为目标客群的旅游产品,“银发族”成错峰出游主力,康养旅居型产品更为受欢迎,一半旅游一半居住的休闲康养类出行人数攀升较快。

广之旅相关工作人员介绍,深居一地、休闲度假型旅居产品及包列产品迎来长者出游高峰,将一直持续至寒假前后,目前推出的旅居型产品目的地景美宜居,可以连住不挪窝,且有充分自由支配的时间,旅行社提供管家式服

务,天数多集中在5-8天,全程以休闲、养生项目为主,优选酒店自带娱乐设施或康养元素。相比常规跟团游,旅居型旅游产品性价比相对也较高,如广之旅“乐活·旅居江西、宜春、温汤镇双高铁5天”报价1999元/人。

另外,除了康养旅居类产品,多主题、一线多赏的包列产品也保持着一定的热度,文商旅市场的提质发展,游客在选择包列游的过程中已不再局限于观光风景,同时对旅途中的文化性和可参与度有了更高期待,旅行社在产品中主动策划的主题活动成为新的亮点。

还需注意,从目前来看,经济基础好、旅游时间充裕、消费观念向康养、户外、研学等体验式出游方式转变的“银发族”人群,其所催生的“银发经济”红利还未能完全释放,文商旅板块的“适老化”细分消费市场及丰富产品供给等方面还需进一步提升,以期释放更多消费活力。

着数

部分文商旅出行居停 享优惠实惠

●出游

广东中旅:

10月30日前报名国内团队游指定线路报名优惠200元起/人;

11月6-19日推出“双十一足够fun肆,嗨够升级”促销,可享受满减优惠、1+1团、限定爆款抢购等,还可获广东中旅旅游+生活周年庆优惠券;

广东青旅:

11月11日前冬季长线指定冰雪产品报名优惠300元/人;

广之旅:

节后促销买一送一,如云浮温泉直通车新兴2天499元/2人;惠州巽寮湾温泉2天599元买一送一。

●居停

广州富力君悦大酒店:

原价2340元悠然悦旅客房套餐优惠价1538元,含国景客房1晚住宿+2大2小凯菲厅自助早餐+G@G精选下午茶套餐;

广州天河希尔顿酒店:

注册希尔顿荣誉客会会员,每次住宿可赚双倍积分;

广州康莱德酒店:

原价3399元连住2晚客房套餐双十一2399元/套,可拆分使用。

原价2199元豪华客房2晚+水疗500元券双十一1588元/套,含双早+电影票2张+限量版迷你熊1只;

广州南丰朗豪酒店:

门市价预订指定房型,加200元升级英伦经典帕丁顿熊主题布置客房;

中国大酒店:

喜上加“喜”套餐,预付10000元喜宴定金可获赠享大礼包,含婚宴套餐9.3折优惠、原价12000元酒店四楼花园户外婚礼仪式优先租用并享受优惠价3800元4小时等;

亚洲国际大酒店:

原价3912元商务大床/双床房连住2晚优惠价1299元;

原价1956元商务大床/双床房1间1晚优惠价699元;

胜利宾馆:

原价1688元豪华套房1间1晚优惠价1299元;

白云湖畔酒店:

原价2099元亲子湖景大床房连住2晚优惠价1299元;

华厦大酒店:

原价1500元臻品江景房1间1晚优惠价699元;

广东温泉宾馆:

原价1360元翠溪标双客房连住2晚优惠价699元;

广东迎宾馆:

原价2080元商务大床房1间1晚优惠价699元。

注:所有优惠以商家实际购买价格为基准。