

总体回暖强势复苏 春节假期四川接待游客5387.59万人次

游客接待量和旅游收入分别恢复到2019年春节的89.73%、84.75%

1月27日晚,记者从四川省文化和旅游厅获悉,今年春节假期,四川文旅经济呈现“总体回暖、强势复苏”的可喜局面。根据第三方大数据监测,春节假期四川共接待游客5387.59万人次,旅游收入242.16亿元,同比分别增长24.73%、10.43%,分别恢复到2019年春节的89.73%、84.75%,两项指标增幅均超过全国平均水平。

全省15家开放的5A级旅游景区共接待游客281.64万人次,实现门票收入7778.58万元,同比分别增长46.7%、54.48%,分别恢复到2019年春节的95.01%、82.9%。全省图书馆、文化馆、博物馆共接待群众397.34万人次。

亮点一

四川旅游接待人数全国第一

中国旅游研究院专项监测数据显示,2023年春节假期四川旅游接待人数全国第一。21个市(州)旅游接待人次和旅游收入、全省A级旅游景区接待人数和门票收入均创疫情三年来新高,同比2022年均实现较大幅度增长。

值得一提的是,阆中古城、碧峰峡、小平故里、峨眉山、剑门关等7家景区今年春节的数据超过2019年同期水平,其中阆中古城接待人数和门票收入分别比2019年春节增长167.67%、35.43%。同比2022年,峨眉山接待人数和门票收入分别增长32%、9.37%,九寨沟分别增长199.44%、87.29%,青城山-都江堰分别增长218.21%、236.81%。乐山大佛景区连续4天门票售罄,创造24小时接待游客破10万人次的历史性纪录。瓦屋山、西岭雪山、三星堆、中华彩灯大世界等景区门票预约量连续多日达上限。

武侯祠春节前三天接待人次同比增长1772.15%,累计超过65万人次。全省



同比2022年,九寨沟景区接待人数和门票收入分别增长199.44%、87.29%。

博物馆接待游客241.96万人次,同比增长29.54%。

亮点二

2000余场次文旅活动集中上演

春节期间,全省开展文化旅游活动2000余场(次),“群芳竞秀·‘戏’迎新春”优秀文艺作品云端展演161台(个),赏灯、逛庙会、看灯光秀等活动成为最受欢迎的文化产品。

其中,成都推出武侯祠成都大庙会、金沙太阳节、杜甫草堂诗圣文化节、青白江凤凰国际灯会等新春文化活动500余场(次)。自贡推出“川菜川灯自贡味·潮来潮往中国年”主题活动100余项。南充举办百姓大舞台、春节老人赐福、非遗年货带回家等五大类100余项线上线下文旅活动。雅安开展村晚活动、戏曲进乡村、年画展等活动66项167场次。宜宾举办“成渝地·巴蜀情”春节影像纪事

摄影展、请春酒、千灯万福观灯等20余项活动。广安推出国宝在广安、玉兔开局阅新春等活动,展现传统年俗和非遗文化魅力。巴中打造第八届光雾山冰雪节、灯火游园节、亲子大庙会等10余项沉浸式、体验式文旅消费场景。

各地推出的冰雪、温泉、阳光等“冬游四川消费季”产品也深受游客青睐,西昌累计接待游客与2019年相比增长36.39%,理县毕棚沟滑雪场、古尔沟温泉人气爆棚。

亮点三

组团送“大礼包”7400余万元

全省144家4A级及以上旅游景区实施景区门票减免等优惠政策,阿坝、甘孜、凉山和攀枝花等地国有4A级及以上旅游景区实行“门票买一送一”、国有4A级以下旅游景区门票全免的优惠政策。

据统计,全省联动开展“安逸四川新

体验”活动,线上线下发放抢购券、消费券、抵扣券等“财政+市场”组合“大礼包”,累计7400余万元。省文旅厅称,各种优惠政策激发文旅消费强劲活力,2023年春节游客消费占全省总体消费的34.77%,比2022年增长3.62%。夜间消费大幅增长,各类夜游、夜饮、夜娱、夜购等夜间消费成为市场亮点,消费金额达到52.53亿元,同比增长40.27%。

华西都市报-封面新闻记者 杨金祝



同步播报

国内出游3.08亿人次 同比增长23.1%

据新华社北京1月27日电 文化和旅游部27日公布2023年春节假期文化和旅游市场情况。经文化和旅游部数据中心测算,今年春节假期全国国内旅游出游3.08亿人次,同比增长23.1%。实现国内旅游收入3758.43亿元,同比增长30%。全国文化和旅游市场总体安全平稳有序。

数据显示,在落实好安全生产和疫情防控要求前提下,10739家A级旅游景区正常开放,占全国A级旅游景区总数的73.5%。全国共举办群众文化活动约11万场,参与人数约4.73亿人次。243个国家级夜间文化和旅游消费集聚区客流量5212.2万人次,平均每个集聚区每夜3.06万人次。

据不完全统计,春节期间免费开放A级旅游景区1281家,占全国A级旅游景区总数的9%,其中62家5A级旅游景区实行免费。春节假期全国营业性演出共9400余场次,较2022年同比增长40.92%,比2019年增长22.5%,票房收入3.78亿元,观演人数约323.8万人次。各地开展非遗传承实践活动10522场。

春节期间国内外旅行订单皆迎来三年巅峰

东南亚旅游目的地成春节档大赢家

1月27日,携程、去哪儿、同程旅行等在线旅游平台纷纷发布《2023年春节旅游总结报告》。报告显示,今年春节旅游市场交出亮眼成绩单。

携程数据

巴厘岛机票订单同比增长30倍

携程平台上,春节期间国内外旅行订单皆迎来三年巅峰,订单整体较虎年春节增长4倍。同时,作为跨境旅行放开后的首个长假,中国游客出境游整体订单同比增长640%,境外酒店订单量同比增长超4倍,跨境机票订单增长4倍以上。

相较国内热门景点的人山人海,一些尚处于价格低位且体验舒适的海外旅游产品吸引了首批海外过年游客。携程数据显示,今年春节,曼谷、新加坡、吉隆坡、清迈、马尼拉、巴厘岛等成为最受中国旅客欢迎的跨国旅行目的地,均为东南亚目的地。其中巴厘岛机票订单同比增长30倍,新加坡增长8倍以上,马尼拉超5倍,曼谷、普吉岛超4倍,清迈、吉隆坡近3倍。旅游资源充沛又热情好客的东南亚成为春节档大赢家。

去哪儿数据

国内酒店预订间夜量创新高

长线旅游在这个春节强势复苏。去



1月24日,在菲律宾马尼拉国际机场,菲律宾旅游部长克里斯蒂娜·弗拉斯科(前右二)为中国游客送上伴手礼。
新华社发

哪儿数据显示,2023年春节假期平台上每位出行的旅客较去年多走了400公里,出境机票更是同比2022年增长达6.7倍。

旅游时长、在目的地待的时间更长了:去哪儿国内酒店预订间夜量达到历史新高,其中连住3天以上的预订更创历史新高,平均入住时长同比增长3.6小时,相当于三分之一的游客选择比去年多住一晚,有效带动目的地城市的餐饮、交通、娱乐消费。

此外,春节出游不再仅限于三亚等热门旅游城市,湛江、南宁等非传统旅游目的地的酒店预订也超过疫情前;大众旅游

的回归让经济型、舒适型酒店预订量同比2022年涨了2倍;老人、儿童旅客量迅速提升,预订占比恢复至总量的两成以上……种种迹象表明,大众旅游正在回归。

同程数据

成都进入酒店预订热门城市前三

同程旅行数据显示,一些热门城市在这个春节依然是大部分消费者的选择。其中,酒店预订热门目的地分别为西安、三亚、成都、重庆、上海、长沙、昆明、广州、南宁和深圳。按预订增幅测算,西安、杭州、哈尔滨等城市的酒店预

订量较去年同期增长超过10倍。

河南、云南、广东等省份的不少小众城市成为人们春节假期出游的“心”选择。同程旅行数据显示,今年春节假期,洛阳、开封、佛山、惠州的酒店预订量同比去年同期上涨均超过10倍,云南普洱、西双版纳、玉溪等目的地酒店预订量增长在4倍以上。

体验年味儿

传统文化体验备受游客喜爱

今年春节期间,“年味儿”成为人们旅行中最关注的关键词,各地不同的春节民俗、节事活动和沉浸式的传统文化体验备受人们喜爱。国内各个景区结合自身特点,推出了各类年节活动。数据显示,自贡灯会(自贡中华彩灯大世界)、洛带古镇、台儿庄古城、圆明新园和丽江古城的年俗活动受到较多关注。

此外,冰雪、温泉、海岛和爬山也是今年春节假期的热门旅行关键词。冰雪旅游方面,北京什刹海冰场丰富多样的冰上运动体验,长白山的滑雪和雪景观光最受欢迎。峨眉山、哈尔滨冰雪大世界和龙头山国际旅游度假区也成为春节热门的冰雪主题旅游景区。

华西都市报-封面新闻记者 张越熙 吴雨佳