

# “加长版”假期出行热辣滚烫，量强于价特征延续

## ——2024年春节假期消费观察

春节假期消费数据是检验消费修复成色的重要依据之一。今年春节假期较往年延长一天，再配合国务院办公厅鼓励“结合带薪年假等制度安排职工除夕休息”，实现了“8+1”超长假期，有力促进消费升温。

### 一、春运出行：需求旺盛，结构性特征突出

截至正月初八，春运出行量超过2019年同期水平。2024年春运自1月26日开启，将于3月5日结束，共40天。节前，交通运输部预计春运期间全社会跨区域人员流动量将达到90亿人次，创历史新高。截至2月17日（正月初八，春运第23天），春运时长已过半，全社会跨区域人员流动量达到54.1亿人次，初步估算今年春运客流量有望实现节前交通部预期水平。值得注意的是，2024年春运客流统计口径发生明显变化<sup>1</sup>，增列普通国省道小客车人员出行量数据。在可比口径下，截至2月17日全社会跨区域人员流动量较2019年同期增长14.4%，较2023年同期增长15.8%。

#### 分出行方式看，

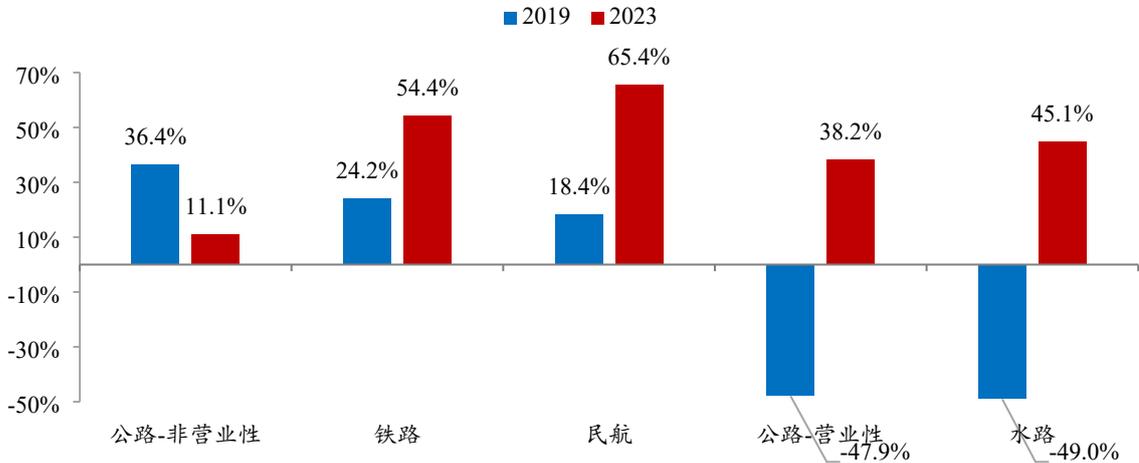
1) 与2019年同期相比，疫后自驾出行特征仍明显。今年春运前23天，高速公路及普通国省道非营业性小客车人员出行量较2019年同期增长36.4%，自驾出行延续高热度。从占比看，非营业性小客车客流量占全社会跨区域人员流动量的比重已从2019年的69%增至2024年的80%以上。营业性运输中，铁路、民航客运量较2019年同期增长24.2%、18.4%；公路、水路客运量较2019年同期则下滑47.9%、49%，营运格局发生明显变化。

2) 与2023年同期相比，多种出行方式下的人员跨区流动均更为充分。今年春运前23天，民航/铁路/水路/营业性公路/非营业性小客车客运量较

<sup>1</sup> 2023年春运之前，客流仅统计铁路、公路、水路、民航的营业性客运量；在营业性客运量基础上，2023年春运首次将全国高速公路小客车人员出行量纳入统计范围；2024年春运进一步扩大口径，将普通国省道小客车人员出行量增列其中。

2023年同期分别增长65.4%/54.4%/45.1%/38.2%/11.1%，反映出居民出行回归常态化增长，叠加假期时间延长带来的出行需求释放。

图1：春运期间各类出行方式累计客运量相比2019/2023年同期的增速（截至2月17日）

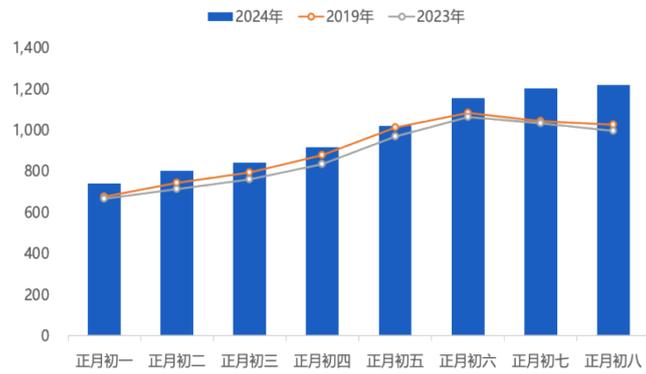


资料来源：交通运输部，招商银行研究院

注：公路-非营业性包含高速公路及普通国道省道非营业性小客车

3) 与民航客运数据实现较好增长形成呼应的是，春节假期期间民航市场呈现量价齐升态势。从价上看，据航班管家数据，今年春节假期（2月10日-2月17日），民航经济舱平均票价同比2019年增长16.0%，同比2023年增长19.5%。日趋势上票价呈现阶梯式增长，海南、哈尔滨等部分热门城市的返程机票价格高涨更是引发市场关注，与2023年中秋国庆时机票价格跳水的现象形成反差。从量上看，今年春节假期民航客运日均航班班次同比2019年增长10.7%，同比2023年增长47.9%，创历史新高。其中，国内日均航班量较2019年同期增长20.1%，国际/地区日均航班量恢复至2019年同期的69.3%。

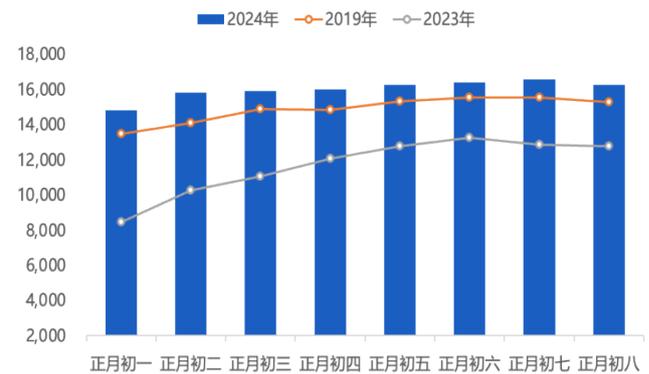
图 2：春节假期民航经济舱平均票价日趋势（元）



资料来源：航班管家，招商银行研究院

注：2019、2023年正月初七和初八春节已结束，故日均票价有所回落

图 3：春节假期民航客运航班量日趋势（班次）



资料来源：航班管家，招商银行研究院

## 二、消费：服务消费表现更佳，量强于价特征延续

中国人民银行数据显示，除夕至大年初八，网联清算公司和中国银联处理的全行业网络支付交易持续增长，日均处理交易笔数同比增长 18.6%，日均金额同比增长 8.0%，映射出量强于价的特征。

据商务部数据，春节假期全国重点零售和餐饮企业销售额同比增长 8.5%。其中，重点监测大型连锁超市即时零售销售额同比增长近 10%，重点监测餐饮企业销售额同比增长 17%。另外，国家税务总局增值税发票数据显示，春节假期期间，全国服务消费相关行业日均销售收入同比增长 52.3%。可见整体上服务消费强于商品消费。我们对服务消费细分品类数据做进一步解读。

### 1、文旅出游：旅游客单价较疫前缺口扩大，跨境游复苏

据文旅部数据，春节假期 8 天，国内旅游出游人数 4.74 亿人次，按可比口径较 2019 年同期增长 19%；实现国内旅游收入 6326.87 亿元，按可比口径较 2019 年同期增长 7.7%。旅游人次和收入均超越 2019 年同期水平，且收入较 2019 年的恢复程度实现了疫后节假日的最高水平。

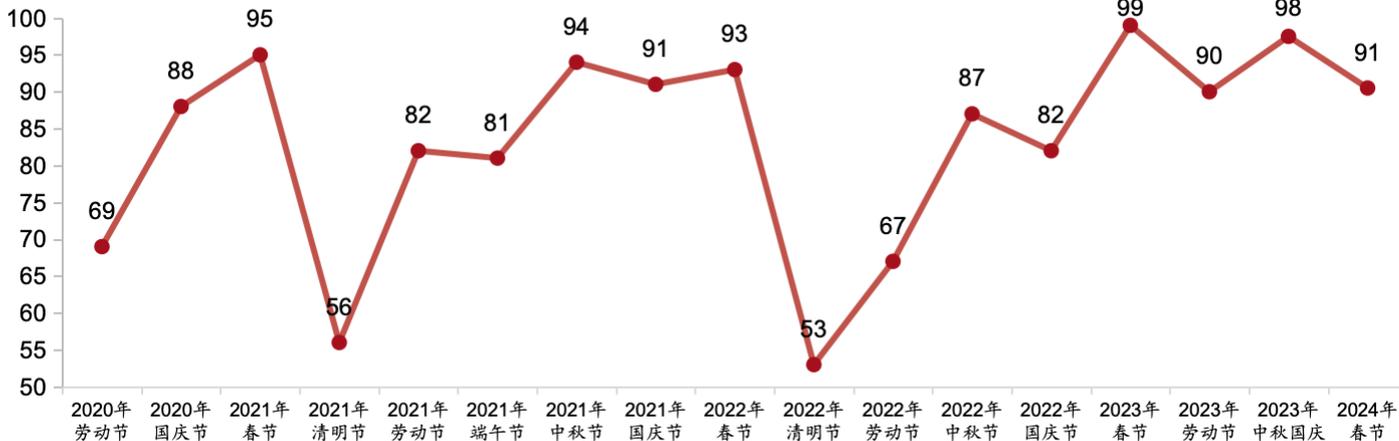
图 4: 假期旅游人次和收入恢复至 2019 年同期的程度 (按可比口径, %)



资料来源: 文旅部, 招商银行研究院

不过, 春节假期人均旅游消费为 1335 元, 按可比口径恢复至 2019 年同期的 91%, 仍未超越疫前水平, 且缺口较去年春节 (99%恢复度)、去年中秋国庆 (98%恢复度) 有所扩大。

图 5: 假期旅游客单价恢复至 2019 年同期的程度 (%)

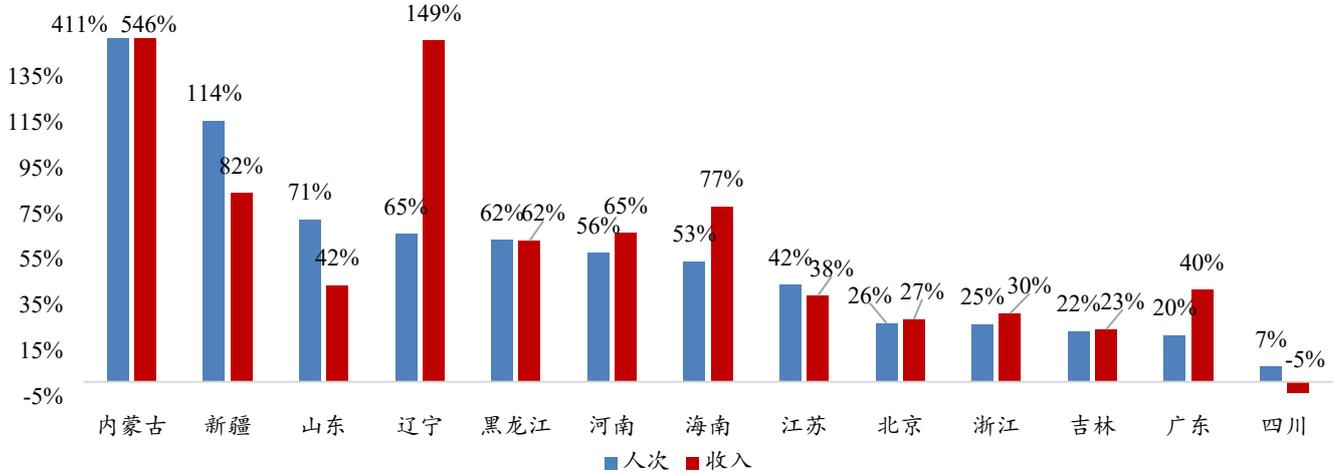


资料来源: 文旅部, 招商银行研究院

注: 按照可比口径计算 2024 年春节旅游客单价相较 2019 年的恢复程度

分区域看, 多地旅游人次及收入超越疫前。据各地文旅厅数据, 内蒙古、新疆、山东、辽宁、黑龙江、河南、海南、江苏等多省市在春节期间的接待游客数和旅游收入较 2019 年同期实现明显增长。

图 6：各省市“双节”假期接待游客人次及旅游收入相比 2019 年同期的增速



资料来源：各省市文旅厅，新闻网站，招商银行研究院

从文旅细分领域看，景区、免税、酒旅展现出结构性亮点：

### 1) 重点景区：客流恢复

携程数据显示，春节假期国内景区门票订单同比增长超 6 成。热门景区成为重点旅游目的地，宋城演艺、西湖、东湖、三亚亚特兰蒂斯等景区或度假区的累计接待游客人次较 2019 年实现明显增长。

表 1：重点景区春节假期文旅数据一览

| 景区      | 春节旅游表现  |
|---------|---|
| 峨眉山景区   | 接待游客 40 万人次，实现门票收入 3085.1 万元，同比 2023 年分别增长 44%和 54.1%。        |
| 乌镇      | 游客实购门票人数超 50 万人次，比 2023 年同期翻了一番，综合收入突破亿元大关。                   |
| 黄山风景区   | 接待游客 20.8 万人次，同比增长 46.9%。                                     |
| 宋城演艺    | 总接待游客量 272 万人次，是 2019 年同期 207%，总营业收入 2.2 亿元，是 2019 年同期的 189%。 |
| 西湖风景区   | 共接待客流量 504.4 万人次，与 2019 年同比增长 23.7%。                          |
| 长白山景区   | 接待游客同比增长 98.5%；营业收入同比增长 117.1%。                               |
| 武汉东湖风景区 | 累计接待游客 195.4 万人次，同比 2023 年、2019 年分别增长 113.25%和 293.57%。       |
| 三亚亚特兰蒂斯 | 营业额超越 2019 年同期 34%；度假区七日累计接待游客 28 万人次，较 2019 年同期增长 46%。       |

资料来源：各景区管委会，新闻网站，景区公众号，招商银行研究院整理

### 2) 海南免税：销售高增但人均消费仍处下滑通道



从免税商品销售看，据海口海关，春节假期期间，海南离岛免税销售日均金额 3.1 亿元，较去年同比增长 40.1%。拆分来看，日均购物人次较去年同比增长 66.1%，但客单价（8358 元）较去年同期仍有 15.9% 的下滑。

### 3) 酒旅：跨境游复苏

出行半径扩大。据中国旅游研究院，春节假日期间，全国游客平均出游半径 227.9 公里，同比增长 10.2%。据央视网，春节假期期间，跨省游客占比 55%，省内游客占比 41%，出境游客占比 4%。

“返乡+旅游”模式或受到青睐。携程数据显示，春节期间县城酒店订单同比增长超 6 成；去哪儿数据显示，春节假期三线及三线以下城市高星酒店预订同比增幅达 1 倍以上。

出入境游继续复苏，免签效应显现。据国家移民管理局，春节假期全国边检机关共保障 1351.7 万人次中外人员出入境，日均人次较 2023 年春节同期增长 2.8 倍，恢复至 2019 年春节同期的近九成。其中，粤港澳陆路口岸通关流量占到全国出入境总量的 73.1%。携程数据显示，出入境游订单均超过 2019 年同期。出境游中，新加坡、泰国、马来西亚等免签国家旅游订单合计较 2019 年增长超三成；入境游订单较 2019 年增长 48%，其中免签入境七国（法国、德国、意大利、荷兰、西班牙、马来西亚、新加坡）的入境游订单较 2019 年同期实现翻番。

## 2、电影：票房创新高主因有效天数增加，但价格下降

今年春节档（假期八天）票房为 80.5 亿元，创造新的春节档票房纪录，《热辣滚烫》《飞驰人生 2》《熊出没》位列票房前三位。票房创新高主要得益于今年有效天数较往年增加 2 天，若取往年春节档的同一口径（大年初一至大年初六），今年票房合计 66 亿元，位列历史第三。

在片方和多地政府加大票补力度的背景下，今年春节档的平均票价为 49.2 元，同比下降 6%。

另外，下沉市场份额继续提升，今年三四线城市春节档票房份额已达

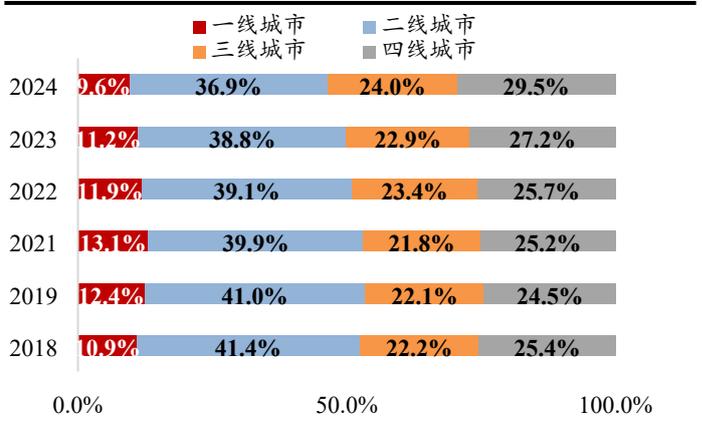
到 53.5%，符合返乡潮趋势。

图 7：2024 年春节档票房创历史新高



资料来源：灯塔专业版，招商银行研究院

图 8：春节档分线城市票房占比



资料来源：灯塔专业版，招商银行研究院

### 三、总结

综合上述数据，今年“加长版”春节假期对“量”的提振明显，出行火热，旅游收入恢复度提升，免税销售额亮眼，春节档票房创新高；但“价”仍有修复空间，网络支付交易单笔消费均价同比回落，旅游客单价较疫前缺口扩大，免税客单价同比下滑，电影平均票价同比下降。私家车、民航等出行方式及跨境游显现出结构性亮点。

(评论员：宋小雯)