

“五一”假期旅游市场走俏

“五一”假期临近，国内旅游市场迎来出游热潮。记者从多家在线旅游平台了解到，今年“五一”假期旅游人次有望突破2019年同期水平，达到2亿人次，其中，部分热门城市一票难求，酒店民宿“量价齐升”，中长线游、出境游等旅游方式热度飙升。

中长线游订单占比高

作为2023年春节后的首个长假，“五一”假期的旅客出行需求已经提前释放，早定好了出行计划。飞猪数据显示，截至目前，国内机票、酒店、景区门票、跟团游订单均已超过2019年同期，累计预订量同比去年大增超10倍，长线旅游成为今年“五一”假期游客首选，中长线游订单占比高达九成以上。

去哪儿网数据显示，截至4月19日，“五一”长线出游订单占比接近70%，相较2019年高出6个百分点，长假出远门的热情更甚2019年之前。同时，长线旅行迅猛复苏也为国内景区带来利好，“五一”假期期间景区门票预订量较2019年增长超3倍。

伴随着中长线旅游订单的增长，部分热门城市的机票、火车票也出现了一票难求的情况。家住北京的王女士告诉记者，她与家人买好了前往山东淄博的高铁票，然而返程车票、机票均已售罄。

美团数据显示，4月14日火车票订单量已达今年春运峰值的2倍，“五一”假期前两天已有多条热门线路高铁售罄，部分线路车票甚至出现秒光的情况。

记者从中国国家铁路集团有限公司了解到，截至4月22日14时，铁路部门已经售出“五一”小长假运输期间火车票4657万张。铁路部门表示，将采取多种措施，进一步加大运力投放，努力满足旅客出行需求。4月27日至5月4日假日运输期间，全国铁路安排日均开行旅客列车将达到10500余列，增开旅客列车1500多列。

机票方面也出现了同样火爆的情况。从民航局4月21日公布的数据来看，“五一”假期订票超600万人次，旅客出行需求提前释放，预计“五一”假期民航将运输旅客900万人次左右。携程数据显示，2023年“五一”假期的境内机票搜索热度超过2022年同期290%以上，恢复至2019年同期的110%。

中国旅游研究院院长戴斌表示，旅游作为重要的消费产业，一方面可拉动目的地景区、餐饮、住宿、零售等行业增长；另一方面旅游业的复苏，也可以带动景区、酒店、度假区等项目的投资和当地餐饮娱乐等存量资源的综合利用，旅游业的复苏有助于拉动社会整体消费。

住宿预订爆满

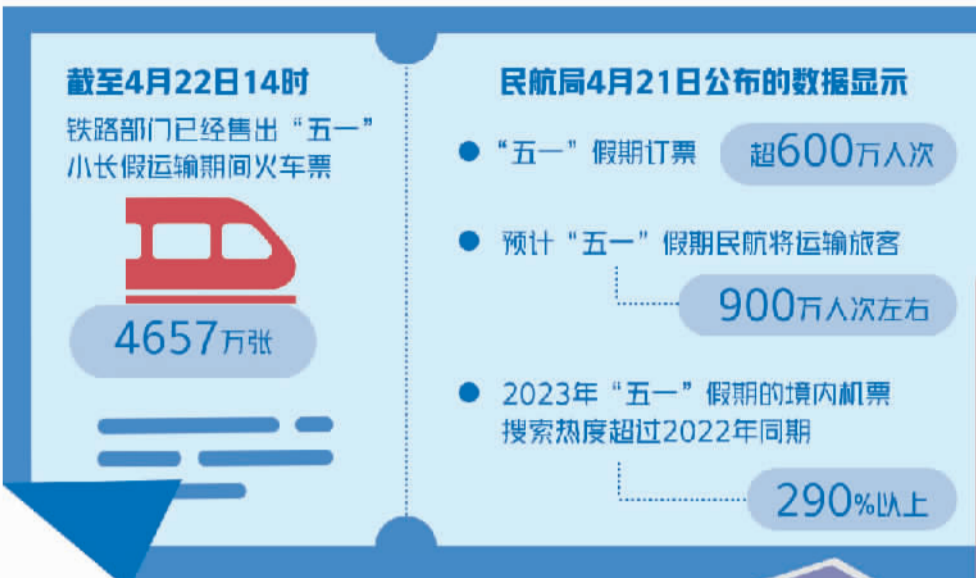
整体来看，“五一”假期旅游出行住宿市场较疫情前呈现“量价齐升”的趋势。数据显示，今年1月1日至3月19日，与去年同期相比，“五一”期间酒店预订量增长了50倍。携程发布的《2023年五一假期旅游预测报告》也显示，“五一”假期境内酒店市场搜索热度相较2019年同期增长近200%。同程旅行数据显示，大理古城、凤凰古城、黄山等热门景点周边，均有不少酒店出现满房情况。演唱会、音乐节等演艺活动所在地周边的酒店预订量同比大增超20倍。

随着住宿需求增大，部分热门城市的酒店民宿价格也在水涨船高。对此，携程研究院战略研究中心主任彭涵认为，这是旺季叠加出行需求提前释放的综合结果，显示出大众旅游消费信心或已接近疫情前水平。



4月25日，浙江省湖州市长兴县吕山乡胥仓绿色农田建设项目基地里，农户驾驶插秧机进行早稻插秧作业。该项目是浙江省首批10个绿色农田试点项目之一，通过推行绿色防控、肥药双减、地力提升等技术，实现了农田节水节肥、高效环保、稳产高产。王徐超摄(中经视觉)

本版编辑 孟飞 辛自强 美编 高妍



不过，在社交媒体上，有不少网友却吐槽遭遇了“酒店刺客”，酒店价格较平日上涨了两三倍。甚至有一些网友反映，临近假日却被酒店以各种理由“退单”。

针对这一情况，各地政府也在第一时间采取了相应措施。

北京市市场监督管理局发布《关于规范“五一”节假日及旅游旺季期间市场价格和竞争秩序的提醒告诫书》，明确要求住宿餐饮经营者在“五一”假期期间明码标价，价格变动要及时调整，不得在标价之外加价出售商品或提供服务，收取任何未予标明的费用。

因烧烤火爆出圈的山东省淄博市近日也表示，将对宾馆酒店客房价格实行涨价幅度控制措施。自4月23日起，将在全市范围内对宾馆酒店客房价格实行涨价幅度控制措施，一个月内上浮超过50%的，按哄抬价格行为予以查处。记者了解到，已有不少游客收到淄博市酒店退还“五一”期间部分房费的消息。

江西省景德镇市也为规范宾馆酒店行业价格行为召开了告诫会。城区42家酒店经营者现场签订价格诚信承诺书，向社会作出公开承诺，包括遵守法律法规和相关政策规定，明码标价、诚信经营、理性合理定价，不盲目跟风涨价，不超标收费，坚持依法依规经营，自觉接受社会监督等。

出境游青睐东南亚

作为出境团队游试点恢复后的首个长假，“五一”假期期间，出境游数据也很亮眼。携程数据显示，4月上旬，内地出境游订单同比增长超18倍，迎来了2023年的峰值。今年“五一”假期期间，出境机票搜索热度同比2019年同期恢复至120%，出境游酒店搜索热度同比2019年恢复至约70%，整体呈现“机票降价、酒店涨价”的情况。

从机票数据来看，出境游客源地主要来自北上广深一线城市及部分省会城市，北上广深4个一线城市占据了超过40%的客源。

在目的地选择上，东南亚增幅在50%以上，其他亚洲地区以及部分中东地区增幅超过100%。

因东南亚航线受到旅客青睐，4月21日起，南航将陆续加密广州—普吉岛航线，复航广州—巴厘岛、广州—沙巴、广州—暹粒(吴哥)、广州—清迈等多条东南亚旅游航线。据悉，“五一”期间南航东南亚航线每日航班量将达到25个往返。

此外，坐火车出国玩也成为“五一”假期的一大亮点。记者查询发现，4月刚开行的“中



国昆明—老挝万象”国际旅客列车，4月28日、29日、30日的火车票已经售罄。

出游带来新选择

因“食”而动，为“吃”而游。今年“五一”，去远方来趟“味蕾游”也成为年轻人假期出行的新选择。

美团数据显示，江门、淄博、台州、柳州、自贡、潮州、汕头、延吉等以美食为特色的小城住宿预订量较往年增幅明显。以潮州、汕头为例，作为粤式餐饮文化的代表性城市，“五一”期间潮汕两地的住宿预订量较2019年同期上涨1200%。

不仅是特色美食城市，“五一”假期全国整体餐饮行业也有望迎来一波经营高峰。截至23日，全国“五一”餐厅堂食线上订座量较2019年同期增长了205%。

除“味蕾游”外，这个“五一”，特色新玩法

持续涌现，潮流体验备受推崇。壁球馆打一场酣畅淋漓的球赛，魔术俱乐部欣赏沉浸式魔术脱口秀，簇绒店里亲手做一幅原创作品……近一周，以“五一”好去处“沉浸式玩法”为关键词的搜索量在美团平台上环比前一周上涨194%。

“今年‘五一’假期，不仅景区门票、酒店、车票预订量大幅增长，还涌现出了包括‘味蕾游’‘沉浸式’等在内的新潮玩法，极大丰富了游客的出行体验。”美团研究院副院长厉基巍表示，“五一”假期出游需求的集中释放，将助推各地生活服务业消费加速提振，也是中国经济回暖向好趋势的体现。

面对如此火爆的“五一”假期，4月25日，文化和旅游部也发文提醒广大游客关注旅游安全，合理规划旅游线路和时间，错峰出行，尽量避开假期客流高峰引发的拥挤；践行文明出游，遵守文明旅游行为规范，弘扬文明旅游新风尚。

日前，多家在线旅游平台数据显示，“五一”假期旅游产品的预订情况已追平2019年同期水平。和预订量一起高涨的还有各种预订价格，特别是住宿，一些热门目的地酒店价格少则翻番，多则上涨四五倍甚至七八倍，还有的酒店临时加价，网友们直呼快要被“酒店刺客”劝退了。

供需决定价格。每逢小长假，出游需求井喷，短期内多多少少总会有价格上浮。今年酒店价格为何引来吐槽，背后有些“内情”。过去三年，一些酒店从战略和经营上进行了调整，有的甚至选择了离场或“瘦身”。今年旅游市场大面积复苏，而酒店筹备开业、重新入市，补充供应链还需要时间。从需求端看，今年不仅旅游火热，商旅住宿等需求也迅速回归。供需变化影响着酒店整体的价格走势。今年“五一”小长假之前的清明节只有一天，长线旅游需求释放不足，这让“五一”的出行和住宿需求更加集中，酒店价格也随之升高。

按照规定，酒店经营一般实行市场调节价，商家根据需求变化，在一定范围内适度涨价并明码标价。但这并不意味着商家可以肆意妄为，尤其是节假日等重点时期，各地还会出台相应的政策进行临时价格干预，防止哄抬价格，规范消费市场价格秩序，保护消费者权益。

对于节假日期间合理范围内的价格波动，大多数消费者是可以理解并接受的。而对于变相加价以及各种欺骗行为，消费者是不能忍受的。最近不少网友晒出被酒店“放鸽子”的情况，有的商家以“五一”满房为由退单，但随后房间加价后又挂了出去；有的以房间需要装修或转让等理由退单再涨价……遇到如此糟心事，消费者出游的心情与兴致都会受到影响。

不论临时加价，还是随意退单，这些毁约行为都侵犯了消费者的合法权益。遇到类似情况时消费者不必忍气吞声。根据消费者权益保护法的规定，退单行为可能涉嫌欺诈，消费者不妨保留证据，该维权的维权，该投诉的投诉，让不良商家受到应有的惩罚。对消费者反映突出的问题，文化和旅游部日前印发了《关于进一步规范旅游市场秩序的通知》，相关部门要有针对性地早部署、早检查、早处理，坚决遏制市场乱象扩散势头，为消费者营造放心、安心、舒心的假日出行环境。

眼下，旅游市场正迎来盼望已久的复苏，商家急于“回血”的心情可以理解，但经营要以诚信为首，趁着节假日捞一笔是一笔的想法终究还是短视。与其想方设法引客来，不如多争取一些“回头客”，毕竟好口碑是流量的根基，一锤子买卖不如细水长流。

生猪价格将温和上涨

本报记者 黄俊毅

□ 猪肉价格一直弱势下跌且跌幅高于生猪价格，一方面是因为目前总体仍处于消费淡季，另一方面说明市场情绪对生猪存栏结构、出栏节奏和猪价短期影响较大。

□ 二季度全国生猪价格将会继续温和反弹，下半年逐渐向好，全年猪价将会呈现窄幅震荡特征。广大养殖户顺势出栏，不要大量补栏母猪，特别是不在价格回升时盲目压栏和二次育肥。

猪肉价格一直弱势下跌且跌幅高于生猪价格，一方面是因为目前总体仍处于消费淡季，另一方面说明市场情绪对生猪存栏结构、出栏节奏和猪价短期影响较大。专家解释，2月中旬和4月20日以后猪价反弹，原因主要有以下几个方面。一是生产生活秩序恢复常态后猪肉消费出现短期报复性反弹以及节日效应带动。春节后社会餐饮、团体消费等逐步增加，“五一”假期来临提振备货需求，猪肉消费好于去年同期，带动生猪价格呈现反弹迹象。不过，节后猪肉消费需求总体处于淡季，同时出栏重量仍处于较高水平，因此猪价反弹幅度较小。二是压栏惜售和二次育肥有所增加。虽然今年以来猪价低迷，但养殖户普遍看好下半年行情，补栏积极性明显增强。仔猪价格自2月第2周开始反弹，4月第3周全国仔猪每公斤为36.52元，同比上涨39.2%。由于压栏和二次育肥情绪升温，2月和3月，全国规模

猪场购入中大猪数量连续2个月增长。投机情绪再起，在一定程度上缓解了供给压力，支撑了猪价。同时，由于目前国际猪肉价格处于较高水平、国内冻品库存下降而餐饮消费需求增加，国内屠宰加工企业猪价低于15元/公斤时加大了鲜肉转冻肉的加工量，因此在2月和4月，鲜肉转冻肉加工量均有所提升。后市会怎样呢？先看生猪产能，3月末，全国能繁母猪存栏4305万头，同比增长2.9%，环比下降0.9%，相当于4100万头正常保有量的105%，处于产能调控绿色合理区域的上线。从新生仔猪数量看，自去年10月至今年3月全国新生仔猪数量同比增长，预示着未来半年生猪出栏量将保持稳定增长。从中大猪看，3月末全国规模猪场的大中猪存栏量连续2个月环比、同比增长，压栏大猪在5月份开始陆续出栏，预示着短期猪价温和反

弹，大幅回升的可能性不大。再看猪肉消费，疫情后猪肉消费报复性反弹后，逐渐转入季节性增长和恢复阶段，消费需求将逐渐回暖，有望支撑猪价继续温和反弹。最后看猪肉进口，今年1月至3月鲜冷冻猪肉进口53万吨，同比增长27.7%。朱增勇预计，二季度全国生猪价格将会继续温和反弹，下半年逐渐向好，全年猪价将呈现窄幅震荡特征。如果不考虑压栏肥猪和二次育肥的情况，6月生猪养殖有望重回盈利区间。当前生猪养殖全行业亏损，预计2023年养殖成本将会有所回落，生猪养殖效益将回升到常态水平。专家建议广大养殖户顺势出栏，不要大量补栏母猪，特别是不在价格回升时盲目压栏和二次育肥。可紧盯农业农村部官方发布的能繁母猪存栏等预警信息，客观、冷静地看待市场预期。