

经济日报携手京东发布数据——

在这里读懂中国消费

# 旅游市场提质扩容

## 说数

□ 本期点评 任威风

从传统热门景点重现人山人海场面，到新兴旅游城市异军突起；从“特种兵式旅游”出圈，到“轻装旅行”兴起……2023年，旅游市场亮点频现。其中，年轻人发挥了不可忽视的推动作用，他们逐步成为旅游市场的主角，并用新的旅游和消费观念“改造”旅游服务市场。

从青年群体旅游消费趋势看，名山大川不再是主要目的地，一场演唱会，一顿烧烤，都能成为其出行理由。同时，在青年群体中，高效密集的“集邮式”打卡成为新常态；笨重的行李箱也不再是旅行标配，放下一切不必要的负重，青年人的旅行变得更加轻松。青年群体的崛起，给旅游消费带来了积极变化，带动了旅游用品乃至服饰、日用品等行业的改变。

首先，行李和旅行用品轻量化升级步伐加快。以前出门旅行恨不得把所有能用得上的东西都带上，现在年轻人逐渐意识到轻装旅行的价值——百搭易折叠的轻便服装、小包装多功能化妆品成为刚需。例如，不少美妆品牌针对短途旅行推出了小包装洗发护发产品及护肤品；轻量化折叠墨镜、防晒伞等产品受到年轻人欢迎。

其次，随着环保意识升级，年轻游客更青睐轻便的旅行用品。从一次性床单、浴巾、马桶垫，到压缩毛巾、可折叠烧水壶、迷你吹风机，便携式旅行产品的搜索量和交易量都相当可观。这些不会增加太多行李负担的商品，正在从过去的“小类”变成爆款。

一物多用、轻巧便携、人性化设计、跨场景使用的旅行用品深受年轻人欢迎，也成为很多商务旅行人士的选择。在经济水平大幅提升、旅行方式越来越多样化的当下，极具潜力的旅游消费市场有望进一步提质扩容。

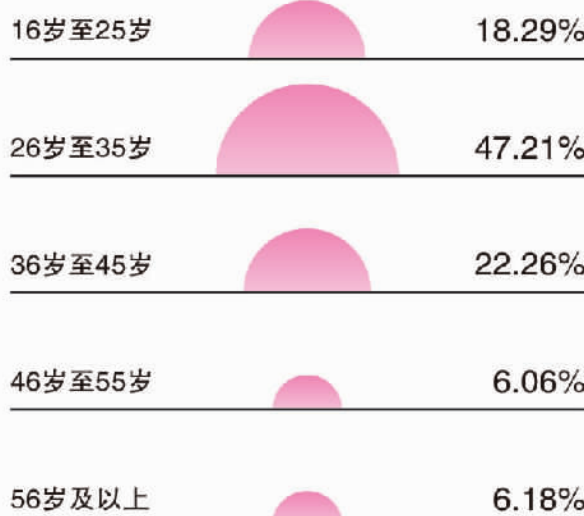
(点评人：京东消费及产业发展研究院秘书长)



随着社会经济生活全面复苏，人们的旅游消费需求出现快速增长，并展现出新的消费特征。各地政府和旅游服务企业要认真研究旅游市场出现的新变化，以消费者体验为核心，进一步提升服务质量，从而带动当地消费和服务业发展。

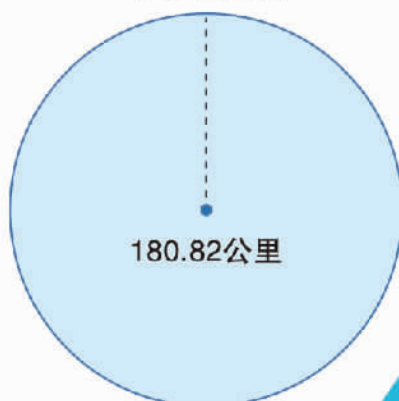
当前，旅游用品消费呈现明显的轻量化趋势，小包装、独立包装及一次性产品受到消费者欢迎。值得注意的是，轻量化产品的普及对环境健康和保护产生了一定影响。面对新的挑战和机遇，相关企业要加快开发适用差旅需求的便携、环保产品，抢占市场消费高地。

各年龄段旅游消费人群分布(占比)



## 1 行业发展情况

“五一”假期出游新特征



目的地平均游憩半径同比增长

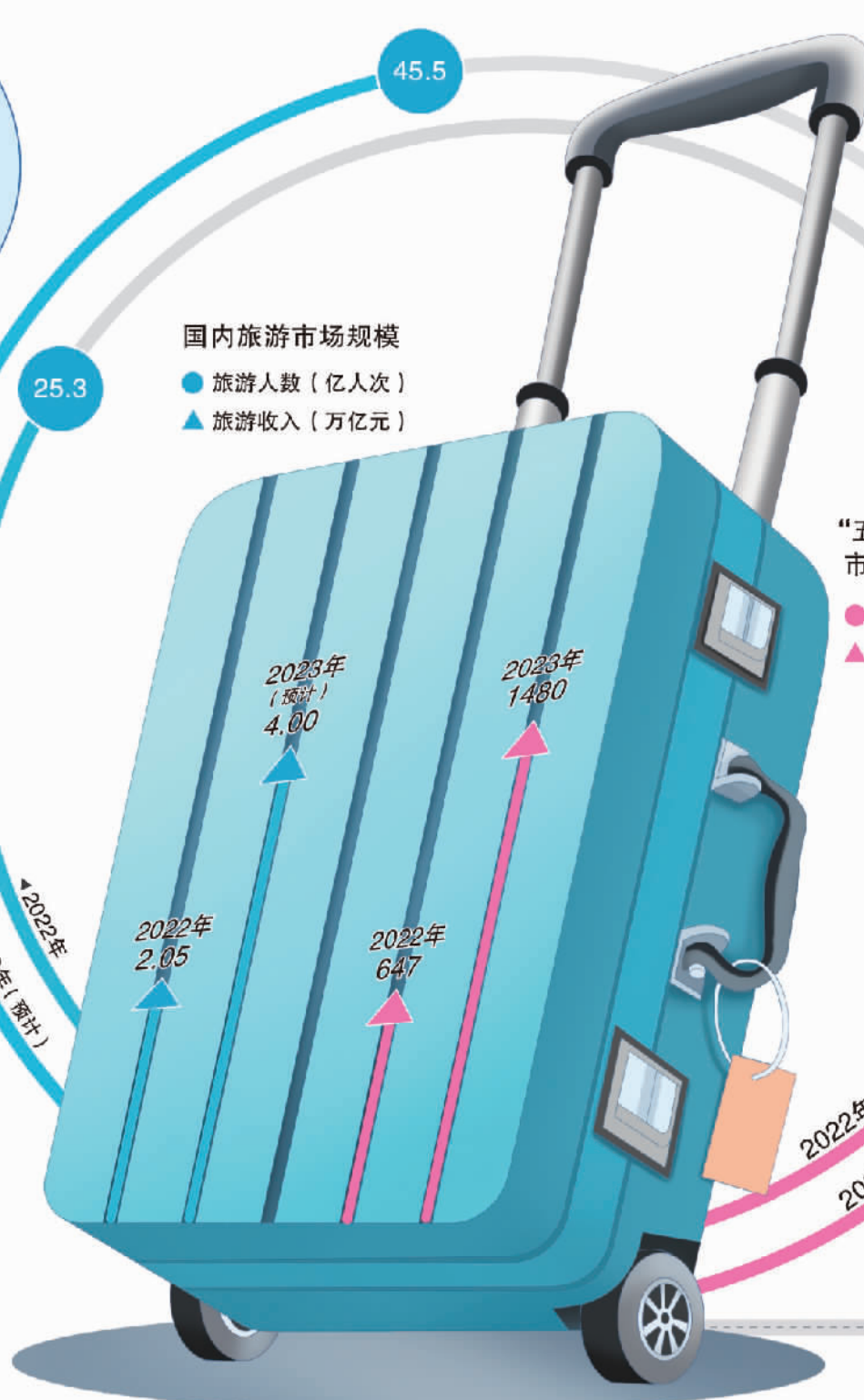


跨省游客比例



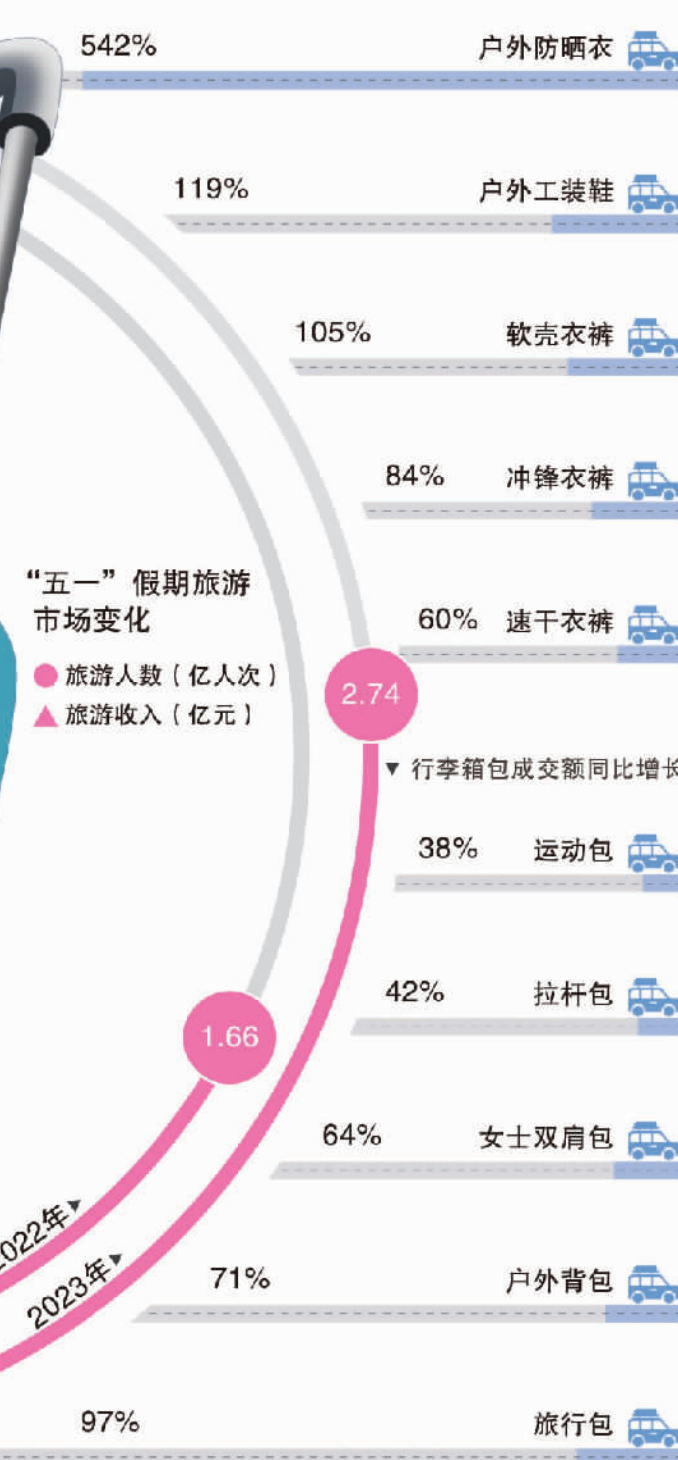
国内旅游市场规模

● 旅游人数(亿人次)  
▲ 旅游收入(万亿元)



## 2 旅游用品消费情况

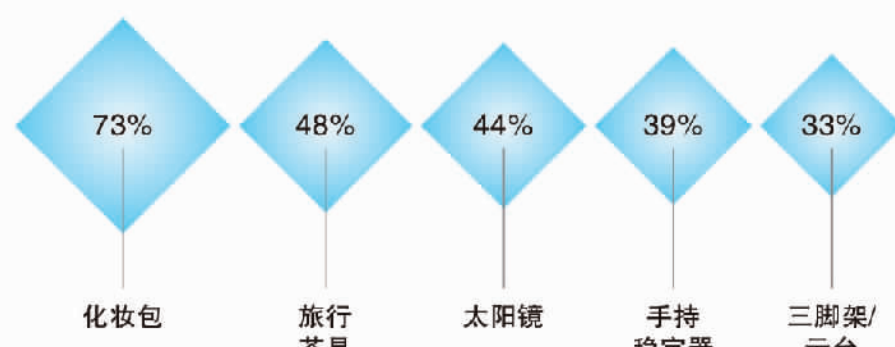
旅游服饰成交额同比增长



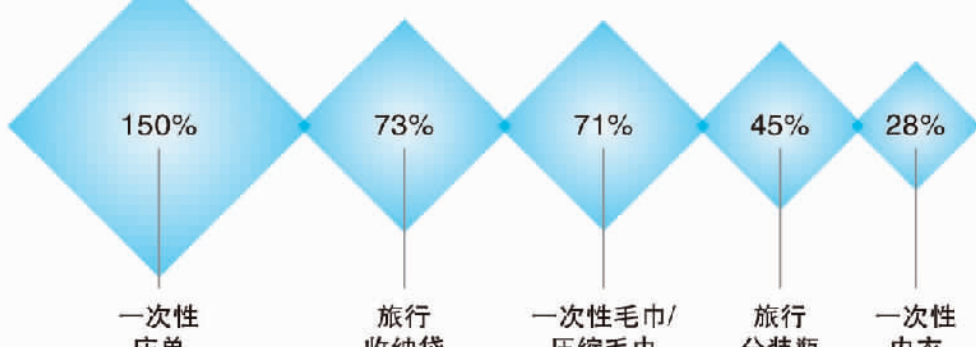
“五一”假期旅游市场变化

● 旅游人数(亿人次)  
▲ 旅游收入(亿元)

旅游用品成交额同比增长

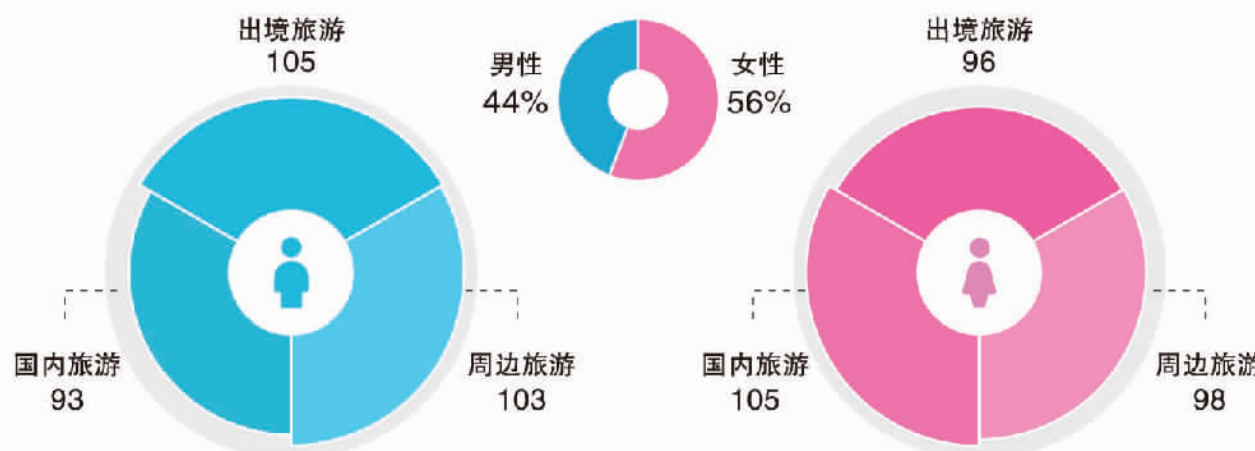


一次性旅游用品成交额同比增长

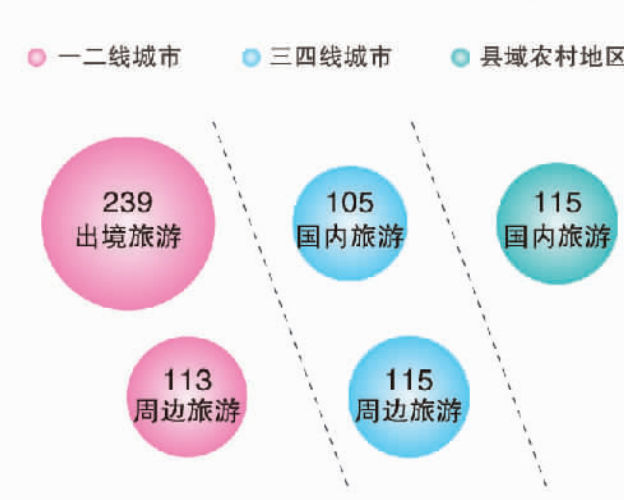


## 3 消费者特征

旅游消费不同性别人群分布及旅游偏好

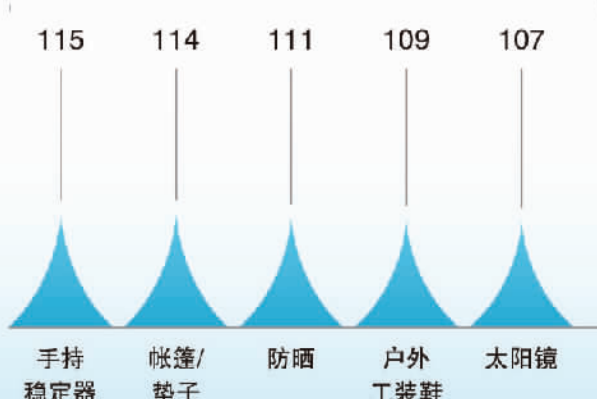


不同地区消费者对旅游项目的偏好

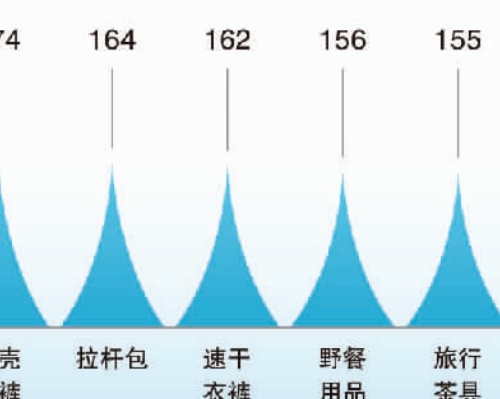


注：偏好系数越高表明该项目越受欢迎

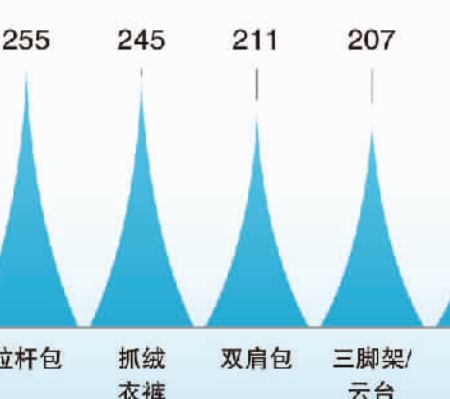
35岁及以下消费者旅游用品消费偏好



36岁至55岁消费者旅游用品消费偏好



56岁及以上消费者旅游用品消费偏好



数据来源：文化和旅游部、中国旅游研究院、京东消费及产业发展研究院 本版编辑：李 瞳 田 杨



更多内容 扫码观看

数据周期：2023年1月份至5月份