

特色景區生意翻番 京蘇商圈吸金144億

# 冬奧帶旺冰雪遊 元旦消費開門紅



▲元旦假期，遊客在北京世界公園「冬日戀歌」冰雪主題巡遊中和「小雪人」合影。 中新社

## 冰雪旅遊迎熱潮

冰雪旅遊產品環比增幅

滑雪場門票預訂量環比增長 **110%**

滑雪酒店預訂量環比增長 **140%**

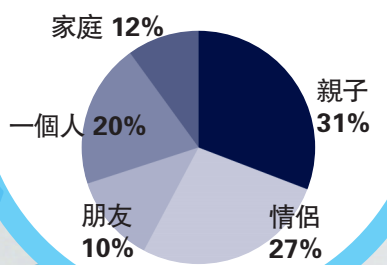
冰雪世界門票預訂量環比增長 **220%**

## 景區熱門出遊主題

- 自然風光
- 冰雪世界
- 主題樂園
- 園林古鎮
- 滑雪

## 親子遊愛微度假

本地酒店遊客結伴類型佔比



▲3日，來自北京延慶各鄉鎮的100餘名滑雪愛好者在北京萬科石京龍滑雪場展開較量。 中新社

2022年的元旦假期，內地迎來新一波消費小高潮，群眾出遊意願回升，多元化消費場景「百花齊放」，其中旅遊、餐飲、電影和購物消費恢復尤為明顯。隨着北京冬奧會的臨近，冰雪經濟點燃元旦消費，多家在線旅遊平台3日發布的假期數據報告顯示，短途冰雪特色遊成今年元旦假期遊熱門主題，冰雪景區門票預訂量翻番。北京、江蘇等地以冰雪為主題的活動為商場、購物中心銷售額達117.4億元（約144億港元）。

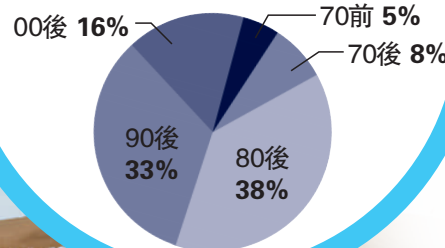
大公報記者 黃寶儀、盧冶、江鑫燭報道

丁財兩旺

## 年輕人說走就走

女性 **46%** 男性 **54%**

90後、00後佔比近半



資料來源：  
同程旅行



▲遊客在甘肅敦煌沙漠露營基地的「沙漠滑雪區」享受滑雪樂趣。 中新社

北京冬奧會臨近，在冰雪經濟的加持下，元旦假期京城消費紅火非常。以冰雪為主題的活動為商場、購物中心吸引了不少人流。北京市商務局3日發布元旦假日消費數據顯示，重點監測的各業態企業實現銷售額38.9億元（人民幣，下同，約47.75億港元），同比增長18.8%。在江蘇，「蘇新消費·冬季購物節」品牌活動持續發力，在元旦節日效應下推動消費市場持續升溫。據不完全統計，元旦3日小長假實現銷售額約78.5億元（約96億港元），同比增長8.4%。

## 說走就走 穗室內滑雪場受捧

元旦假期各地冰雪主題旅遊增長迅速。來自同程旅行的《2022元旦假期旅行消費數據報告》顯示，滑雪場周邊酒店預訂量環比增長140%，滑雪場門票預訂量環比增長110%，冰雪世界類景區門票預訂量環比增長220%。冰雪世界和滑雪，都進入了元旦假期期間景區熱門出遊主題的TOP 5。

南方人對雪總是情有獨鍾。廣州95後姑娘李思樂向來愛運動，自廣州融創雪世界開業

就很想去體驗一番。2日與閨密一起喝早茶時突發奇想去體驗滑雪，於是兩人馬上通過APP購買門票，來了一場說走就走的行程。「新年第一滑，感覺所有煩惱都在飛馳中被甩掉了。」李思樂告訴記者，因為沒有提前做好任何準備，3小時初／中級賽道的雙人票花了948元，比平日貴了約20%。

## 視覺盛宴 吉林冰瀑奇觀吸客

3日，長春市最低溫度零下20℃，但並沒有影響市民們出門玩雪的熱情。「元旦三天假期玩了三天的雪，太過癮了。」長春市民許亞平告訴記者，當下吉林省冰雪遊十分火熱，短途旅行團一票難求。「吉林市有非常專業的滑雪場，其中北大湖滑雪場高級雪道十分陡峭，可供專業的國際比賽，雖然不能參加冬奧，但可以來這裏過一把癮。山頂的霧凇也非常美，在這裏休息的時候可以拍出許多大片。」

記者走訪吉林多家旅行社了解到，目前吉林省內和鄰省短途遊目的地以長白山、吉林市為主，遊客皆為了滑雪、賞冰瀑及霧凇美景。此外，吉林省長白縣天鵝景區附近的冰



▲雲南昆明的小朋友跟隨家人來到融創雪世界體驗滑雪的樂趣。 中新社

瀑這個時節最震撼，許亞平告訴記者，這種半冰半水、亦靜亦動的冰瀑奇觀僅在1月、2月時候出現，所以來觀賞的遊客依舊絡繹不絕。另據中國交通運輸部3日披露，元旦假期3天，全國鐵路、公路、水路、民航預計發送旅客8618.5萬人次，同比下降18.2%。

今年元旦假期，各地影院人氣爆棚，三天總票房突破10億元，其中1日票房超4.7億元，位列中國影史元旦檔首日票房第二。

## 重慶 潮吃外賣火鍋 日售20萬份湯底

2021年的最後一周，火鍋關鍵詞搜索量環比上漲達60%，叮咚買菜日前發布的跨年消費趨勢預測報告顯示，元旦期間單日鍋底銷量最高料將達20萬份。重慶市商務委3日發布元旦消費數據顯示，解放碑區域抽樣商場、購物中心餐飲提升約30%，重慶天地餐飲提升約40%。



▲重慶火鍋餐飲店堂食滿座。 受訪者供圖

元旦約上好友吃麻辣火鍋，是重慶年輕人最喜愛的跨年方式之一。今年元旦期間，周師兄火鍋十八梯、洪崖洞、磁器口、解放碑等門店人氣火爆，堂食滿座。重慶市火鍋協會秘書長李乾惠介紹，重慶共計約有3.2萬間火鍋店，按平均每間火鍋店每日銷售50桌火鍋計算，預估元旦期間重慶的火鍋銷售約為480萬桌。

「天氣寒冷，吃火鍋的市民增多，火鍋底料和火鍋配菜最近都賣得挺好，銷量比平時增加了不少。」重慶新世紀超市銷售人員稱。火鍋作為重慶名片，火鍋底料亦成為重慶火鍋的符號。近年來，火鍋底料市場份額在持續增長。數據顯示，2020年火鍋底料市場規模約250億元，預估到2025年可增至500億元。

大公報記者 韓毅

## 春運火車票開售 旅客料達2.8億人次

### 特稿

同日，春運車票亦正式開售，一年一度的「搶票大戰」隨即拉開大幕。2022年鐵路春運自1月17日開始，2月25日結束，共40天，全國鐵路預計發送旅客2.8億人次，同比增長28.5%。與人們渴望回鄉的熱切心情相呼應，各路「搶票神器」也再次登場。連日來，大公報記者了解到，「加速包」並不能優先購票，但選擇花錢買概率甚至只圖心理安慰的購票者仍大有人在。

## 搶票APP層層加價 買者只圖心安

每逢重要節假，「一票難求」似乎已成常態，由此也成就了各路「搶票神器」的商機。大公報記

者了解到，目前，除攜程、飛豬等在線旅遊平台外，高鐵管家、熊貓票務、智行等訂票平台均有搶票產品。升級服務也層層加碼，飛豬APP上，從低速升至光速共有3個等級，每升級一次是20元（人民幣，下同）。平台還會提示：低價搶票成功率低，+20快速搶票成功率高。在另一款搶票APP上，也將「服務」細分為快速、高速、極速、光速、VIP等五個等級，平均每升級一個檔次，用戶需要支付10元上下的「提速費」。

近日，12306表示，消費者使用「加速包」並不能擁有優先購票權，無論哪款購票軟件都需要在鐵路12306購票系統排隊。當對應的車次、席別有退票時，系統將自動購買車票。也就是說，所有搶

票軟件的盡頭都是12306。而不少返鄉者仍表示，一方面對這些軟件神器的功能心存僥倖，另一方面，至少能買到一份「心理安慰」。

「所謂的搶票軟件就是用技術手段來不斷地刷新信息，提高信息提交速度。」中國互聯網協會法工委副秘書長胡鋼近日表示，事實上，現在沒有任何一家平台敢保證自己完全能搶票成功。

中國鐵道科學研究院12306技術部主任單杏花近日亦表示，第三方搶票軟件迎合旅客需求，但會導致12306系統服務癱瘓，消耗資源。此外，搶票軟件退簽處理規則上和規範的社會標準不一致，存在多收旅客退票手續費和改簽費。因此呼籲返鄉者理性購票，勿輕信各種宣傳。大公報記者 張寶峰



▲3日起，旅客可通過網絡和電話購買春運火車票。圖為3日旅客在南京火車站出行。 中新社