

“五一”假期的旅游市场有多火热？从多个旅游热门目的地火车票在“五一”假期销售的“秒光”现象中可以管窥一二。

有公开报道显示，“五一”期间，国内旅游、探亲等出行需求将延续强劲复苏趋势，假期民航、铁路及公路客运出行客流规模预计将达到2.5亿人次左右。2.5亿人次出行的背后，一个不容忽视的现象是，随着高铁的建设，旅游市场正在形成明显的高铁消费带，而这些新出行方式的出现，也为旅游行业带来了多方面潜在影响。

“随着各条高铁线路的开通，各地也相继推出了多条‘高铁风景线’。高铁游方面，杭黄高铁、京沪高铁、合福高铁、贵广高铁、西成高铁等线路由于沿线风景优美，一直是游客颇为青睐的出游高铁首选。”驴妈妈旅游网CEO邹庆龄在接受《证券日报》记者采访时如是说。

“国内已经形成了明显的高铁旅游消费带，用高铁作为大交通覆盖高铁沿线的旅游目的地。”6人游旅行网创始人兼CEO贾建强在接受《证券日报》记者采访时也这样介绍。

“高铁+旅游”产业链形成

根据火车票预售情况，“五一”假期前一天(4月30日)的火车票大部分线路的车票出现了放票即“秒光”的情况。同程旅行平台4月30日火车票的查询量在放票开始前后较4月份普通工作日暴增了56倍，“五一”假期期间(5月1日至5月5日)热门方向车票的查询量也快速上升，整体搜索热度是清明假期的9倍。

出行方式的改变，也从一定程度上对旅游行业的市场发展造成了影响。邹庆龄解释，高铁这一对于交通工具，可以说直接对航空公司、客运公司造成了冲击。价格方面，主要表现在出游旺季，高铁相比航空价格便宜，行程更轻松。但是，在淡季，高铁优势主要还是在周边游方面，出行更轻松、便捷。“例如，2018年底杭黄高铁开通后，驴妈妈平台该铁路沿线景区门票、酒店产品销售一直增长。驴妈妈也联合黄山等多个目的地城市举办了多场包车活动，市场与口碑都不错”。

邹庆龄在接受《证券日报》记者采访时介绍，根据观察，高铁对于旅游行业的影响和变化主要表现在三个方面，包括旅游的空间格局、消费习惯和产业链影响：“高铁网络的铺建，使得周边游半径持续扩大，由自驾3小时范围(200公里)到高铁2小时范围(300公里至400公里)，甚至更大，另外，高铁沿线的一些原本非热门的目的地，由于高铁设站，也逐渐成为周边游热门；高铁自由行、周边游频率增大，相比自驾、跟团等，高铁行程更舒适；目前来看，市场形成了很多‘高铁+旅游’产业

链。”

企业要拼精细化经营

消费习惯的变化为旅游市场带来新机遇的同时，也提出了新挑战。《证券日报》记者在采访中了解到，应对新的消费趋势，企业须提高精细化运营能力已成为共识。

“高铁的建设，对旅游行业带来了非常积极的影响，让周边游从原来的城市周边延展到高铁沿线城市，旅游消费频次和消费单价都有了大幅度提升。”贾建强向记者介绍，出行方式的改变让自由行需求得到了更大的释放。当前，市场需求正逐步从之前的低价团、大旅游团变成小团、散客，对于企业而言，提高目的地服务品质和内容差异化成为主要的应对方式。“‘五一’期间高铁旅游的强势增长，给拥有较好旅游资源的目的地提供了更多发展空间，旅游行业和企业应该加强向这类资源倾斜。”贾建强说。

邹庆龄建议：“旅游企业要强化与上游资源的合作，如景区、酒店、目的地政府合作。针对旺季或者热门目的地，推出IP主题线路或者个性化玩法；同时利用好淡季或者工作日，策划主题活动等。另外，也要解决好最后一公里问题，即高铁站到景区、到酒店的问题，在目的地参团、自由行上要进行产品创新。除此之外，企业在产品上打造具有自己特色的产品，形成自己的产品竞争壁垒，渠道上形成上下一体的销售渠道，消费体验上挖掘契合游客服务需求的点。”