

# 2019 年中秋假期消费趋势预测报告

美团研究院

中秋节是中国的传统节日之一，也称月夕、秋节、仲秋节、团圆节。2019 年中秋节与周末恰好相连，共有 3 天假期，旅游消费需求旺盛。美团研究院依托美团点评平台 2018 年中秋假期相关数据以及 2019 年 8 月份旅游消费相关数据，对 2019 年中秋假期旅游消费进行了趋势分析。分析结果显示，2019 年中秋假期旅游消费将呈现以下发展趋势：

**趋势之一：赏月 and 夜间消费活动升温，适合亲子和家庭游玩的主题乐园等将是夜间旅游的热门品类**

中秋佳节，秋高气爽，是适合出游的季节。2019 年中秋假期，预计“异地团圆游”会成为旅游热点。从全国旅游热门目的地城市来看，北京、上海、成都、天津、西安、郑州、南京、广州、武汉、苏州、大连、青岛等都是人气较旺的城市。表 1 显示了 2019 年中秋节全国热门旅游目的地城市 TOP20 预测。

表 1 2019 年中秋节全国热门旅游目的地城市 TOP20 预测

旅游热度排名	城 市	旅游热度排名	城 市
--------	-----	--------	-----

1	北京	11	大连
2	上海	12	青岛
3	成都	13	沈阳
4	天津	14	济南
5	西安	15	重庆
6	郑州	16	昆明
7	南京	17	深圳
8	广州	18	杭州
9	武汉	19	东莞
10	苏州	20	秦皇岛

数据来源：美团研究院

（注：根据美团平台 2018 年中秋节景区门票订单量数据预测）

中秋节是阖家欢聚的好时节，赏月、夜间旅游、聚餐等活动更趋活跃。从酒店住宿来看，传统中秋赏月的需求将带动相关景区关注度的提升以及江景房等特色房型住宿预订的增长。从美团平台的订单量来看，2019 年中秋假期期间江景房、海景房、湖景房住宿的预订订单量相比 2018 年中秋假期增长 40% 左右。更注重旅行生活品质的年轻消费群体是预订订单的主力军。

从景区门票预订情况看，在夜间游玩需求升温和景区售票在线化率提高等因素的共同作用下，预计 2019 年中秋假期期间国内景区夜间游玩门票在线订单量同比增长 60% 左右。

其中，适合亲子和家庭游玩的主题乐园等将是夜间旅游的热门品类，主题乐园夜场票销售量的增幅预计将超过 80%。2019 年中秋假期，文艺演出等夜间文化消费需求也将升温。从全国范围来看，北上广深以及成都、长沙等城市夜间看演出的需求旺盛，新晋的小众网红艺术馆、星空馆也是今年中秋假期年轻消费者夜间过节的“心头好”。2019 年中秋假期，国内美术馆以及艺术馆的夜间旅游产品订单量预计同比增幅超过 100%。为了更好地满足消费者赏月需求，美团门票度假事业部根据近期消费者关注度以及往年中秋假期消费情况，筛选出了全国 1000 多家赏月胜地人气景区，并联合景区和周边酒店商家推出中秋特别优惠活动，像北京的颐和园、南京的夫子庙、天津的“天津之眼”、广州的“广州塔”、西安的“大唐芙蓉园”、郑州的“嵩山”等都入选了当地赏月胜地人气榜。消费者打开美团 App 进入景点/门票频道检索“中秋赏月”便能发现这些赏月胜地，中秋小长假期间预订热门景区游玩还能享受门票最低 5 折优惠。

从国内夜场景区订单量排行榜来看，上海迪士尼度假区、深圳锦绣中华民俗文化村、北京欢乐谷、横店清明上河图、常州中华恐龙园等都是人气较旺的夜场景区。

从 2019 年中秋假期夜间餐饮、住宿、休闲娱乐等各类消费总订单量来看，重庆、成都、杭州、长沙、武汉、青岛、北京、广州等城市夜间消费订单量增速快，重庆、成都的夜

间消费订单量预计分别增长 41%和 33%左右，增速超过北上广深等一线城市。图 1 显示了国内部分城市中秋假期夜间消费订单同比增长率。

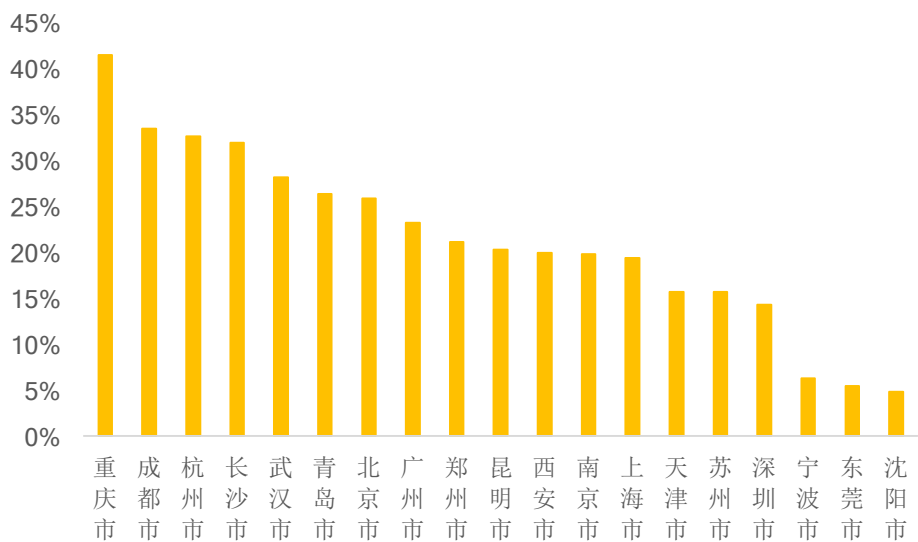


图 1 国内部分城市中秋假期夜间消费订单同比增长率

数据来源：美团研究院  
(注：根据美团平台 2019 年 8 月份各城市夜间消费订单增速数据预测)

从消费人群看，90 后、95 后是夜间消费主力，占比约为 60%。从地域分布来看，哈尔滨的 95 后最喜欢在主题乐园里过节，主题乐园相关产品预订量占夜间旅游总订单量的比重超过了 32%。

趋势之二：文化旅游消费增势强劲，文物古迹、博物馆、古镇是中秋假期全国热门文化旅游景区品类 TOP3

今年，国务院发布了促进文化旅游消费的政策措施，深化文旅融合。2019 年中秋假期，预计文化旅游消费增势强劲，

文旅融合进一步发力。美团门票大数据显示，在文旅消费需求升温 and 消费在线化率提高等因素推动下，2019 年中秋假期平台文化旅游类相关产品预订量与去年中秋假期实际销量相比增长 200%左右。文物古迹、博物馆、古镇是中秋全国热门文化旅游景区品类 TOP3。美团平台上古镇类旅游产品预订量同比增长 86%。同时，景区内的演出、演艺等项目也深受游客的青睐，成为文旅融合新典范。预计美团平台上 2019 年中秋假期演出产品销量同比增长超 5 成。文化旅游热将带动古镇、古村等住宿的繁荣，三线及以下城市 2019 年中秋假期的酒店预订量同比增长 44%。古镇、自然风光景区周边酒店的预订量同比增长 100%左右。

文化旅游深受 90 后喜爱，90 后群体文化旅游消费订单量在各群体订单量中占比过半。一线以及新一线城市 90 后群体文化旅游消费更加活跃，北京、上海、苏州、南京、西安等城市是 2019 年中秋假期全国文旅热门城市 TOP5。同时，一些中西部地区的文旅消费需求也在逐年攀升。贵阳在 2019 年中秋假期全国新晋文化游热门城市中排行第一，当地的文旅消费增速快，增幅预计将超过 160%。石家庄、郑州的文旅消费也快速增长，2019 年中秋假期的文旅消费预计将分别增长 100%和 80%。

**趋势之三：亲子游成为热点，周边游和中短途旅游预计将成为旅游的主流**

中秋欢聚时刻，适合亲子游玩的景区倍受欢迎。预计2019年中秋假期期间亲子类景区（主题乐园、动植物园等）将成为热点，美团平台上的订单量预计同比增长95%，交易额同比增长70%。同时，2019年中秋假期由于是小长假，就近周边游和中短途旅游预计将成为旅游的主流。预计美团平台上本地周边游的订单量将同比增长70%左右，本地周边游的订单量占整个旅游的比例预计将达到41%左右。

#### **趋势之四：吃喝玩乐游等跨场景消费成为更多人的选择，城市商圈消费的集聚效应明显**

节日期间，不仅外出旅游更加火爆，餐饮、休闲娱乐等消费需求也将快速增长。2019年中秋假期期间，到店餐饮消费订单量预计同比增长20%左右。从全国外出就餐的热门品类TOP5来看，小吃快餐、火锅、川菜、西餐、烧烤预计将成为到店餐饮消费交易金额排名前5的品类。美团点评“黑珍珠餐厅指南”和“大众点评必吃榜”成为人们团圆就餐的重要参考。中秋期间，“黑珍珠”餐厅的浏览增幅达32%，“必吃榜”餐厅的浏览增幅达33%。商家为了吸引顾客到店就餐，也纷纷推出品质团圆套餐。美团平台数据显示，2019年中秋假期期间，21%的“黑珍珠”餐厅、30%的“必吃榜”餐厅将推出团购套餐。以上海为例，“黑珍珠”一钻餐厅禅一·静观堂将推出甄选八人套餐，“必吃榜”餐厅蟹榭则推出五人和八人的蟹宴套餐。同时，外卖

成为中秋“宅一族”满足餐饮需求的新选择。根据美团外卖数据预测，2019年中秋假期期间美团平台上餐饮外卖订单量预计将增长40%左右，小吃快餐、西餐、饮品、川菜、烧烤预计将成为消费交易金额排名前5的品类。

在吃喝玩乐游多元消费需求驱动下，城市商圈成为大众消费的“打卡地”。从美团平台数据看，预计2019年中秋假期期间全国热门商圈仍集聚在一线和新一线城市（见表2）。按照各商圈交易额来排序，武汉市的“光谷/鲁港”商圈、上海市的迪士尼商圈、上海市的陆家嘴商圈、北京市的望京商圈等位列全国热门商圈的前列。

表2 全国热门商圈交易额排名TOP10预测

商圈排名	商圈名称	所属省份	所属城市
1	光谷/鲁港	湖北省	武汉市
2	迪士尼	上海市	上海市
3	陆家嘴	上海市	上海市
4	望京	北京市	北京市
5	五角场/大学区	上海市	上海市
6	龙华	广东省	深圳市
7	世博园	上海市	上海市
8	南山中心区	广东省	深圳市
9	三里屯/工体	北京市	北京市
10	黄村	北京市	北京市

数据来源：美团研究院

## **趋势之五：民宿需求量大，95 后是民宿最忠实的用户群体**

2019 年中秋假期期间，旺盛的出游需求和赏月雅趣将助推民宿发展，美团平台上节日期间民宿订单量较平时订单量增长 18%左右。在中秋假期，更多人将行程安排在了离风景区比较近的地方，景区周边民宿、农家乐的订单量增幅预计将超过 25%。2019 年中秋假期，山林间别墅类型民宿需求量呈明显上升趋势，增幅预计将达到 28%。同时，异地出行的民宿需求远远高于本地，异地出行的民宿需求占比预计达到 7 成。从年龄结构来看，95 后是民宿最忠实的用户群体，占比达到 48%，90 后的占比约为 23%。

## **趋势之六：景区过度拥挤、排队时间长、购票不方便等问题仍客观存在，国内景区要不断提升游客的服务体验**

今年以来，我国游客对景区的评价总体呈上升趋势。据国家文旅部数据中心发布的数据，2019 年上半年全国旅游服务质量综合指数同比增长 3.77%，国内游客和入境游客对我国各项旅游服务的评价稳中有升。不过，我国景区的消费者满意度仍有待进一步提升。从美团平台数据看，目前国内景区评分星级以 3.5 星为主（5 星为最高星级），仅有 22%的景区的评分星级达到 4 星和 4 星以上（见图 2），国内景区的服务体验有较大的提升空间。2019 年中秋假期期



间，国内景区过度拥挤、排队时间长、购票不方便、交通、停车和厕所等配套公共服务跟不上等仍将是游客反映的热点问题，国内有关部门和各地景区要做好预案，密切关注并解决好这些问题，提升消费者满意度。

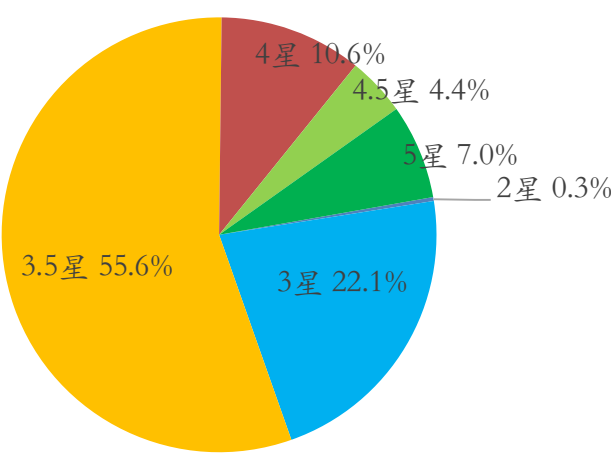


图 2 全国景区平台星级分布图

数据来源：美团研究院