

热门航线客座率突破九成

# 旅游出行为民航业注入“强心剂” 多家航司业绩迎来复苏拐点

**编者按/** 疫情防控进入新阶段后的第一个农历春节,旅游业迎来开门红,景区人流如织,市场红火兴旺。文化和旅游部数据显示,今年春节假期全国国内旅游出游3.08亿人次,同比增长23.1%。实现国内旅游收入3758.43亿元,同比增长30%。虽然春节假期结束,但人们出游热情不减,景区热度依旧。本报今日专题聚焦文旅市场和航空业的持续复苏。

本报记者 于典 张家振 上海报道

全国民航业在迎来春运客流高峰的同时,各大航司也在为业绩企稳复苏积蓄动能。

相关统计数据显示,2023年春节假期(1月21日至27日),中国东方航空股份有限公司(以下简称“东航”)共执行航班1.51万班,航班量和2022年同期相比增长41.46%,运送旅客178.7万人次,旅客运输量增长91.07%。

东航航班量和旅客运输量快速回升只是中国民航业企稳复苏的一个缩影。多家航司数据显示,春运高峰日的执行航班量已基本与2019年春运高峰期持平,热门航线客座率突破九成。

对于今年民航市场的业绩走

## 提质增效稳发展

中国航空需求总体稳定,春运将加速出行心理建设,航空业复苏或快于预期。

2022年,旅客出行需求一度处于低位,民航业运力投入及总周转量均有所下滑,对航司业绩也带来了不小的冲击。

日前,多家航司发布了业绩预亏预告。总体来看,7家航司2022年合计预计亏损超过1300亿元。其中,国航、东航、南航三大航司预计亏损均在300亿元以上。

对于业绩亏损原因,各大航司主要归结为出行需求维持在低位,而汇率波动、燃油价格上涨则进一步拉高了运营成本。各大航司在公告中普遍提道:“行业形势严峻复杂,公司经营改善的难度进一步加大。”

面对挑战,航空公司也从多个维度进行了策略调整。东航方面表示,公司积极应对,统筹推进疫情防控、生产经营、改革发展各项工作,通过调整运力投放、加强客货联动、严格成本管控、强化风险管控、确保现金流稳定等举措提质增效,努力降低不利影响。

而随着行政政策的优化,以及春节期间各类出行需求集中释放,民航业复苏进程也在进一步加快。

根据文化和旅游部数据中心近日公布的数据,春节7天,全国国内旅游出游3.08亿人次,同比增长23.1%,恢复至2019年春节假日同

势,业内人士分析认为,我国民航运输市场有望迎来显著复苏态势。随着出行需求集中释放,供需增速差叠加票价市场化,航司业绩有望迎来大幅反弹。

与此同时,随着诸多航线的恢复和增开,也带来了新的岗位需求。多家航司在近期启动大规模招聘,也进一步彰显了民航复苏的强大韧性。

对于如何做好人才的管理和储备工作,春秋航空相关负责人在接受《中国经营报》记者采访时表示:“公司人才储备充分,此前也一直在强化人才的教育培训和业务素质提升。近期,公司也在积极根据航班以及运力恢复情况来优化和配置相关人才,确保旅客平安满意顺畅出行。”

期的88.6%;实现国内旅游收入3758.43亿元,同比增加30.0%,恢复至2019年春节假日同期的73.1%。

国泰君安研报分析指出,中国航空需求总体稳定,春运将加速出行心理建设,航空业复苏或快于预期。此外,压制三年的展会需求将于4月份传统小旺季充分释放,叠加票价市场化,干线票价表现值得期待,预计暑运国内旅游需求将充分释放,暑运盈利或超预期修复。

与此同时,政策利好持续释放也给予了民航业更多的发展信心。在2023年初召开的全国民航工作会议上,中国民航局局长宋志勇表示,今年将鼓励大型骨干航空公司打造枢纽间空中快线,鼓励中小航空公司专注支线市场,稳妥有序恢复国际航空市场;拓展空铁联运服务;持续推进短途运输、医疗救护、应急救援、无人机物流试点;强化综合枢纽机场航空物流能效,促进航空货运稳健发展。

中国民航局在2023年全国民航工作会议中还提出,2023年民航业规模力争总体恢复至疫情前75%左右的水平,力争实现盈亏平衡。对此,民航专家李瀚明表示:“随着后续商务出差等多样化出行需求进一步释放,民航业整体复苏情况有望进一步稳定。”

## 全力备战春运“开门红”

三亚、成都和上海等热点旅游城市在成为旅客出行热门选择的同时,也为民航业复苏注入了“强心剂”。

得益于一系列政策调整优化,以及春节前后出游返程热潮利好,民航客流正直线回升,整体复苏势头明显,各大航司也普遍实现了新年业绩“开门红”。

中国民航局统计数据显示,春节假期7天,全国民航共运输旅客约900万人次,比2022年春节同期增长79.8%。1月21日至27日,春节假期的民航平均客座率达76%,同比2022年增长20%。

以吉祥航空为例,截至1月26日的春运前半程,吉祥航空共执行国内航班近4900班,国内航班运输旅客人数超70万人次,每日国内航班旅客运输量呈现稳步上涨态势;特别是春节7天假期,单日发送旅客最高达每日超5万人次,接近2019年同期水平。

在国际与地区航班方面,受率先恢复增开航班、港澳台方向航班陆续恢复等利好因素影响,旅客运输人次同比2022年增长近4倍。据统计,今年春运前半段期间,吉祥航空航班正常率达97.63%,位列国内主要航司前三,正常率同比2019年同期提升近15%。

吉祥航空方面表示:“为确保旅客在春运期间安全、顺畅出行,吉祥航空不仅在运行环节加强航班安全管理,同时加强包括航空安保人员排班管理等各项准备工作。”

而东航也于1月27日迎来了

## 加快恢复 增开国际航线

随着国内外航线陆续恢复以及新航线不断增开,各大航司对于机务人员的需求也在提升。

重点增设探亲返乡航线,满足旅客回家过年和国内旅行需求的同时,各大航司也在积极寻找新的业绩增长曲线。而随着各类优化政策的出台和准备工作不断完善,国际航线的恢复也同样提上日程。

作为跨境旅行放开后的首个长假,中国游客也开始走出国门,享受异域风情。相关统计数据显示,2023年春节假期,出境游整体订单同比增长640%,内地旅客预订境外酒店预订量同比增长超4倍,跨境机票订单增长4倍以上。其中,旅游资源充沛又热情好客的东南亚地区成为春节档最为热门的旅客出游首选。



1月26日,昆明长水国际机场迎来春节假期航空客流返程高峰,机场航站楼人潮涌动。

视觉中国/图

旅客运输高峰,当日共执行航班2688班,运输旅客超35万人次,与2019年春运高峰期日相比,执行航班量达到2019年的92%,旅客运输人次达到81%。春节假期7天,东航共执行航班1.51万班,运送旅客178.7万人次,航班量和2022年同期相比增长41.46%、旅客运输量增长91.07%。

记者梳理各大航司发布的营

运数据发现,三亚、成都和上海等热点旅游城市在成为旅客出行热门选择的同时,也为民航业复苏注入了“强心剂”,多条热门航线客座率突破90%。

据了解,今年春节假日期间,海口美兰、三亚凤凰和琼海博鳌等三大机场进出岛航班共6683架次,旅客吞吐量109.2万人次,货邮吞吐量3018吨,较2022年同期

分别增长7.2%、27.0%、0.4%,已分别恢复至2019年春运同期的98.4%、90.9%、96.1%。

春秋航空方面也表示:“2022年12月,‘新十条’防疫政策和‘乙类乙管’总体方案先后发布,标志着中国民航业迎来复苏拐点。随着各地疫情逐步过峰,国内积压的需求得到较好释放,公司也迎来了疫情以来首个盈利的半程春运。”

全恢复之后的需求。

据记者不完全统计,自2022年底至今,各大航司已密集启动招聘工作,更有航司开出33万元/年的高薪招人。此前,厦门航空就已启动2023年空乘招聘计划。此外,南方航空、春秋航空、吉祥航空等多家航司也发布了招聘通知,提供包括乘务员、安全员和地面保障等多种岗位。

李瀚明告诉记者:“民航业整体复苏是非常确定的趋势,各大航司也在当下这个关键节点提前做好各项准备工作,通过加大招聘力度储备人才,进一步强化运力投放能力以及旅客出行体验,为日后的全面恢复做好准备。”

# 2023年春节文旅市场交出亮眼成绩单 国内出游人次超3亿

本报记者 余燕明 北京报道

作为2019年以来首个不再就地过年的春节,全国文旅消费市场交出了近三年最亮眼的成绩单。

## 多举措促进文旅消费

2023年春节假期,各地共有10739家A级旅游景区正常开放,占全国A级旅游景区总数的73.5%。各地相继出台景区门票减免或打折、发放文旅消费券等惠民利民政策措施。据不完全统计,春节期间免费开放A级旅游景区1281家,占全国A级旅游景区总数的9%,其中62家5A级旅游景区实行免票。

河南洛阳52家A级旅游景区、贵州遵义会议会址、赤水丹霞旅游区、黄果树景区等377家A级旅游景区推出免门票活动。山东省级财政安排2.1亿元用于发放文旅惠民消费券、景区门票减免等;河北、内蒙古等地统筹安排,为消费者提供一揽子惠民礼包。

文化和旅游部、国家体育总局联合发布“春节假期体育旅游精品线路”,开展新春旅游休闲推广活动。北京、天津、河北联合推出10条京津冀主题旅游精品线路,举办京津冀冰雪旅游季。

2023年春节假期,全国共举办

2023年春节假期,全国各地消费者的出行需求大幅上升,旅游热情加速释放,中长线休闲度假快速回归,旅游市场强劲复苏。

根据文化和旅游部数据中心测

群众文化活动约11万场,参与人数约4.73亿人次。据不完全统计,春节假期全国营业性演出共9400余场次,较2022年同比增长40.92%,比2019年增长22.5%,票房收入3.78亿元,观演人数约323.8万人次。其中,各地开展非遗传承实践活动10522场。

各地举办丰富多样的文化和旅游活动,受到当地民众和游客欢迎。上海以“乐嗨过大年,皆得你所愿”为主题,推出丰富“年味”大餐,包括十大主题近500项新春文旅活动;山西11市举办七大类650余项活动,合力打响“欢乐中国年,地道山西味”品牌。

海南三亚推出游艇旅游、水上旅游、低空旅游、乡村旅游等特色旅游产品和旅游线路,组织开展新春集市、国潮园游会等活动;黑龙江以“醉美冰雪季、非遗过大年”为主题,举办“第二届黑龙江冰雪非遗周”,开展“百人百米百图剪纸展”“非遗迎春灯光秀”等活动。

多地聚焦“不夜城”特色,激发

算,今年春节假期全国国内旅游出游3.08亿人次,同比增长23.1%,恢复至2019年同期的88.6%;实现国内旅游收入3758.43亿元,同比增长30%,恢复至2019年同期的73.1%。

夜间消费活力。据数据监测,全国243个国家级夜间文化和旅游消费集聚区客流量5212.2万人次,平均每个集聚区每夜3.06万人次。

北京八达岭夜长城首次在春节期间对公众开放;四川成都开展夜游锦江、成都灯会、光影节、火花节等系列夜游活动,宜宾集中推出夜饮、夜景、夜娱、夜购、夜游等新业态新场景;陕西西安以“华彩闪耀梦长安,温暖祥和中国年”为主题,举办城墙新春灯会;重庆举办都市艺术节,推出焰火表演、灯光秀、无人机表演等系列活动。

“今年春节期间的旅游热度有目共睹,以此为起点,相信人们的旅游消费信心和消费潜能将加速释放,2023年的旅游市场将会见到可观的复苏。”携程研究院战略研究中心高级研究员沈佳旋表示,“随着未来国际航班逐渐增加,海内外出行便利度愈发提高,预计今年‘五一’假期将会出现明显的市场爆发。”

## 出行、酒店订单齐爆发

作为疫情后首个长假,2023年春节假期,旅游行业率先恢复,激发各地市场活力。这个春节,人们走得更远了、住得更久了、玩得更有文化了。

根据携程发布的《2023年春节旅游总结报告》,今年春节期间,携程平台上国内外旅行订单皆迎来三年峰值,旅游订单整体较虎年春节期间增长4倍。

同时,作为跨境旅行放开后的首个长假,中国游客迅速走出国门享受海外中国年,春节期间出境游整体订单同比增长640%,内地旅客预订境外酒店预订量同比增长超4倍,跨境机票订单增长4倍以上。

去哪儿数据显示,平台上旅客在今年春节期间走得更远了,平均出行半径同比增长了超五成,每位旅客出行距离相较2022年平均增加了400公里,相当于从北京到郑州延长至北京到武汉。

同程旅行数据显示,2023年春节假期,平台上国内机票预订量较2019年同期增长129%,汽车票预订量较2019年同期增长230%,火车票预订量较2019年同期增长18%。

消费者的旅游时长、在目的

地待的时间也更长了。去哪儿平台上国内酒店预订间夜量达到历史新高,其中连住三天以上的预订更创历史新高,平均入住时长同比增长3.6小时,相当于三分之一的游客选择比2022年多住一晚,有效带动旅游目的地城市的餐饮、交通、娱乐消费。

根据美团发布的2023年春节数据,生活服务业迎来了开门红,春节假期六天,日均消费规模比2019年春节增长66%,北京、上海、成都、重庆、广州等地消费规模居全国前列。异地消费较2022年同期增长76%,与本地消费一起迎来强劲复苏,成为拉动经济回暖的双引擎。

今年春节期间,消费者的出行目的地不再仅限于三亚等热门旅游城市,去哪儿平台上湛江、南宁等非传统旅游目的地酒店预订也超过疫情前;大众旅游的回归让去哪儿平台的经济型、舒适型酒店预订量同比2022年上涨了两倍;老人、儿童旅客量迅速提升,预订占比恢复至总量的两成以上。

亲子游热度在2023年春节假期恢复明显,亲子房型预订占比接近五成。主题乐园门票销量大幅上涨,2023年春节期间,上

海迪士尼乐园同比增长4.5倍,北京环球度假区同比增长1.7倍,广州市长隆旅游度假区同比增长3.8倍。

主题乐园的火热也带动了周边酒店迅速升温。去哪儿平台上,上海迪士尼乐园周边酒店预订间夜量超过疫情前的两成,北京环球度假区周边酒店平均入住时长同比增长5小时,间接拉动人均消费增加至少1500元。

逛博物馆、逛庙会、非遗游等文化旅游消费增长明显。旅客既感受了旅行的快乐,又收获了丰富的文化、历史体验。

去哪儿平台上,博物馆门票预订量同比2022年春节增长3倍。河南安阳中国文字博物馆、徽州历史博物馆推出夜游博物馆活动;成都博物馆、天津博物馆等举办各类展览;西安秦始皇帝陵博物院(兵马俑)预订量同比增长5.3倍。

今年春节假期,出境游迎来恢复。去哪儿平台上出境机票同比2022年增长6.7倍,排在前五位的目的地分别为泰国、中国香港(地区)、马来西亚、美国、印度尼西亚。随着航班供应增长和各地防疫措施优化,预计国际机票、国际酒店预订量将持续增长。