

“票根经济”外溢持续 “五一”消费火力全开



刚刚过去的加长版“五一”假期，文商旅体展融合消费热度不减。旅游方面，北京商报记者从多家在线旅游平台获悉，随着国际航线的不确定性因素增加，有一批一线城市游客出现回流，云南普洱、湖北恩施、福建平潭等国内特色小城承接了“国外替代游”流量。此外，“票根经济”成为今年“五一”的一大亮点，通过一张张票根，大型赛展演活动的客流被精准导入商圈，实现了从“流量”到“留量”的转化，北京各大商圈通过场景焕新、主题市集、IP快闪、票根联动等方式持续激发消费活力。



旅游 / 宝藏小城承接出境游流量

多地中小学春假叠加“五一”假期，加长版假期使众多游客玩得更加从容，人均打卡2.1个城市。去哪儿旅行以及美团数据均显示，从目的地来看，北京、成都、上海、重庆、广州为“五一”假期热门城市TOP5。去哪儿旅行数据还显示，从酒店预订来看，“五一”热门城市前三名的酒店预订增幅均维持在10%以上；广州增幅亮眼，广交会与“五一”长假时间重叠，广州酒店预订量同比增长逾三成。

根据同程旅行平台数据，“五一”假期全国跨省长线出游热度大幅上升，热门长线游目的地的酒店预订热度较去年同期增长超40%，当地热门文旅产品的预订热度同比增长超80%。假期期间出游热度较高的长线游目的地主要包括北京、上海、成都、广州、南京、杭州、武汉、重庆、长沙、西安。

聚焦到北京旅游市场，北京市文化和旅游局发布的数据显示，“五一”假期，北京游客接待量与旅游消费均创历史新高，全市接待游客总量1882.7万人次，同比增长5.1%，实现旅游总花费223.6亿元，同比增长6.6%。

此外，飞猪与小红书联合发布的《“五一”出行趋势报告》(以下简称《报告》)显示，今年“五一”假期，北京的本地玩乐订单量同比增长超70%，门票订单量同比增长约60%。天安门广场、北京环球度假区、“鸟巢”、故宫博物院、天坛公园是游客预订北京酒店的热区。

另从酒店预订维度，携程数据显示，在国内酒店热门目的地TOP10中，北京位列第二。整体来看，这个“五一”假期，北京旅游市场热度位居前列。

当国际航线不确定性因素逐步增加，这个“五一”假期，越来越多的一线城市游客将目光转向独具特色的小城，一批“宝藏小城”承接了“国外替代游”流量。

去哪儿旅行数据显示，平台游客在“五一”期间入住了全国2000余个县城酒店。最热门的“宝藏小城”包括云南普洱、湖北恩施、福建平潭、广西阳朔、江西景德镇、贵州荔波、浙江桐庐、吉林安图等。

《报告》指出，旅行正细分为五种截然不同的方向，“出片党”“吃货”“运动控”“慢游族”与“随性派”出行偏好鲜明，目的地选择也走向不同版本。其中，“慢游族”不追热门景区、不赶打卡清单，更倾向于文化底蕴深厚的小城与民宿资源丰富的目的地。飞猪数据显示，新疆昭苏、云南玉溪、辽宁抚顺是最受慢游族欢迎的小众目的地，热度均飙升超160%。

从民宿维度来看，一批生活节奏较慢、自然风光突出、文化体验鲜明的“宝藏小城”，成为大城市游客短暂逃离日常、给自己“充电”的目的地。途家民宿数据显示，“五一”假期，小城民宿预订量增幅明显，整体同比增长约三成。其中，云南普洱、广西崇左、山西晋城等“宝藏小城”的民宿预订量同比增长均超过八成。小城民宿的客源地主要来自北京、上海、广州等大城市。

今年，大众点评“必玩榜”首次覆盖逾百座小城，“五一”假期必玩榜整体流量环比节前增幅超130%，小城也是增长的主要来源。在“必吃榜”2026年新开的百座小城中，异地用户占比高达70%，相比节前显著提升。

途家民宿相关负责人谈到，小城之所以能接住这波客流，一方面来自交通便利和目的地热度提升；另一方面也与民宿供给天然适配有关。相比中心城市，小城酒店供给相对有限，而民宿往往更靠近核心景区、古城街区、村落山水和在地生活场景，房型也更加灵活。游客住进当地房东经营的民宿，不只是找到一个落脚点，也更容易获得本地人才知道的玩法、美食和路线。

票根 / 外溢效应持续释放

“旅行+观赛”“旅行+演艺活动体验”在“五一”假期集中爆发，“票根经济”消费带动效应持续发力。

“五一”假期，广东、江苏、福建等地的城市足球联赛不仅吸引了本地居民的关注，也受到不少外地游客的青睐，形成了“一省一超、以赛促游”的热闹景象。赛事带动的不只是住宿，也带动了当地餐饮与周边景区消费。美团数据显示，“五一”期间，“苏超”赛事带动淮扬菜订单量同比上涨40%；“南京鸭血粉丝汤”搜索量同比增长30%，“镇江三怪”搜索量同比增长203%。中山陵、明孝陵、瘦西湖、拙政园等经典景区门票热度同步攀升。

同时，北京、广州、南京、杭州等地假期期间举办的大型演唱会、音乐节等，成为当地假日旅游的“引流”担当。音乐节与演唱会则成为游客奔赴一座城的另一大理由。

携程数据显示，“五一”假期国内展演赛事人次同比增长30.6%，音乐与赛事等活动正在成为目的地引流新引擎。

另据同程旅行平台数据，广州面向“粤超”观众推出了重点景区8折优惠，叠加其他促销活动，带动广州市酒店预订热度同比增长近70%，当地热门景点的客流量也有显著增长。假期期间，观赛游客在游览当地知名景区之余，还带动了美食餐饮、城市玩乐等消费。而在出游热度较高的长线游目的地中，北京、上海、成都以丰富多样的文旅资源和大型演出等吸引了全国游客的关注，既是年轻人出游首选，又是家庭亲子游的热门目的地。

演唱会、音乐节、体育赛事、主题乐园游园会、国潮与特色街区市集等活动扎堆上演，制造了不可复制的“必须在场”的理由，也吸引更多游客“多住一晚”。去哪儿旅行数据显

示，多场演唱会加持的郑州奥体中心周边酒店预订量同比增长214%，河南开封万岁山武侠城带动周边酒店预订增长205%，长白山多个主题乐园新开业带动周边酒店预订增长177%，上海乐高乐园度假区带动周边酒店预订增长172%。

“票根经济”成为今年“五一”的一大亮点，通过一张张票根，大型赛展演活动的客流被精准导入商圈，实现了从“流量”到“留量”的转化。

北京国际车展期间，顺义区推出“票根经济PASS卡”，全区近400家商户参与。临近的祥云小镇在车展带动下迎来客流高峰。

同样的逻辑也出现在延庆。草莓音乐节推出“票根联动计划”，一张票根可兑换93项专属福利，环球新意商圈和延庆万达广场同步推出优惠券及立减活动，音乐节三日共接待游客7.7万人次，实现销售额3826万元。

电影票根则串联起更大的消费网络。第十六届北京国际电影节投入500万元惠民补贴，覆盖全市50余个商圈、超600家商户，仅朝阳区就有12个重点商圈的188家餐厅可凭票根享优惠。银联商务数据显示，假日期间文化娱乐类消费金额同比增长10.3%。

北京体育大学体育休闲与旅游学院院长蒋依依认为，“五一”假期，国内文旅消费呈现全新发展态势，情绪消费成为出游主流导向，文商旅体展深度融合持续释放消费动能，“票根经济”撬动效应愈发凸显。当前，游客出游彻底摆脱传统观光模式，“90后”“00后”主力群体更注重沉浸式体验、社交分享与精神悦己的情绪价值。一张票根可以串联住宿、餐饮、景区多元消费，文商旅体展融合发展正在持续拓宽假日消费边界，成为拉动消费增长的核心引擎。

商圈 / 跨界联动激活消费新热潮

刚刚过去的“五一”假期，北京消费市场热度不减。各大商圈通过场景焕新、主题市集、IP快闪、票根联动等方式持续激发消费活力，交出一张多点开花、联动互促的成绩单。5月5日，来自北京市商务局的数据显示，全市60个重点商圈累计客流量4370.1万人次，同比增长1.5%；消费金额111.8亿元，同比增长2.9%。重点监测的127家企业实现销售额51.8亿元。其中，百货业态同比增长7.3%，餐饮业态同比增长4.6%。

“五一”期间，各商圈通过主题市集、IP

快闪、新店开业等方式激发消费活力。隆福寺“隆福潮集”假期前四日客流达26万人次；中海大吉巷以歌唱赛事、“大吉漂亮”主题活动聚客引流；朝阳大悦城推出“一人之下”漫画华北首展及“吉考斯工业”快闪，带动销售额同比增长1.4%；海聚ARTPARK大融城“hello手账市集”汇聚百余原创品牌；通州湾里·王府井WellTown迎来宜家、芸畅梦田Livehouse、庚新三大主力新店开业。

中粮·祥云小镇“WAKE翻开春天”主题活动假期前四日销售额近2500万元，总

客流26万人次，同比增长10%。西单更新场借势五月天演唱会热度，联合STAYREAL推出快闪店，客流连续三天创历史新高，单日破7万人次，全场销售额同比增长250%，单日日销破300万元。

檀谷携手其实唱片举办爵士艺术生活节，集结80余位音乐人并开设30个摊位市集，其实唱片旗舰店与萌牙怪兽京西首店同步开业。小站公园以“花园漫游季”为主题打造“公园式生活聚场”，联合“花间小筑”呈现大型园艺装置，社区美术馆推出“还得是纸质书”主题特展。

电商 / 健康即食、携宠出游热度攀升

国内消费市场持续回暖。5月5日，北京商报记者从多家电商平台获悉，今年“五一”期间的电商消费市场呈现出“出行”“宅家”双场景并重的鲜明特征，消费者的决策逻辑也从单一的功能导向，转向对品质服务、情绪价值等要素的复合考量。

节日期间，生鲜消费市场呈现出鲜明的品质化、健康化与场景细分化趋势。围绕露营、踏青的即食健康肉制品、休闲卤味，以及宅家“一人食”场景下的品类均呈现明显增长。叮咚买菜数据显示，多款HPP(超高压杀菌技术)即食肉制品和无添加HPP饮品满足了户外露营、出行途中“方便与健康兼得”的消费需求，“五一”假期销量持续攀升。

在出行必备的服饰与户外装备领域，李佳琦直播间发布的“五一”出游趋势显示，露营、户外产品、出行服装、便携收纳以及各类防晒、一次性用品等出游相关的配套产品持续热销，且消费者越来越愿意为不同场景匹配相应的出行装备。针对这一消费需求，该直播间4月以来累计开设6场春日出游主题专场，选品策略按场景设计细分，如户外出行专场倾向“山系风”“功能性”，海边度假专场则主打“轻奢风”“松弛感”。

消费者的购买逻辑也在发生转变。李佳琦直播间发布的“五一”出游趋势提到，当下消费者的决策逻辑已经从“能穿就行”，转向

“既要有硬核功能，也要有情绪价值”。如功能性服饰方面，以防晒衣为例，消费者的决策标准已升级为“高倍防晒+凉感透气+微型形剪裁+出色配色”的复合公式；冲锋衣则需兼顾城市通勤的风度与山野露营的风格。

值得一提的是，宠物经济成为今年“五一”消费中最值得关注的增量。京东家政数据显示，“五一”假期开始前，京东家政宠物上门喂养服务订单就呈现井喷式增长，环比增长超240%。其中，上海地区增长超5倍，北京、广州、深圳、杭州、成都、重庆等城市也实现翻倍增长。

同时，“携宠出行”正从少数人的选择演变为重要趋势，宠物出行装备也呈现出“拟人化关怀”与“场景化细分”的特征。据了解，李佳琦直播间4月19日特别开设宠物专场，上架宠物相关产品超120个，选品覆盖旅途安全防护、户外休憩用品等宠物出行装备，并兼顾了宠物留守的日常场景，该专场直播观看超1000万。

整体来看，今年“五一”消费市场的表现，反映出国内消费市场正从“量”的扩张向“质”的提升迈进。无论是对健康即食食品的青睞，还是对宠物消费的强劲需求等，都指向了一个共同的趋势：精准洞察细分市场需求，已成为假日经济增长的关键动力。

北京商报记者 吴其芸 孔瑶璐 郭缤璐 毛思怡

图片来源:企业供图

餐饮 / 排队超千桌、首店扎堆开业

“五一”假期，北京餐饮市场热度飙升。5月5日中午12点左右，费大厨、麻六记、烤匠、龍歌自助小火锅等多家餐厅等位仍旧超过半小时。假期期间，北京多家餐厅更是迎来经营高峰，热门餐饮品牌与老字号均表现亮眼。

据北京华天集团统计数据，假期前四日，各门店营收客流双增：香妃烤鸡营收同比增长超15%，马凯餐厅鼓楼店客流量同比增长超过18%，同春园松鼠桂鱼销量同比增长94%，华天廷吉餐厅营收同比增长超7.6%，惠丰饺子楼特色水饺销量增幅超15%，文商旅融合成为拉动消费的核心引擎。

费大厨相关负责人也介绍，从5月1日起，费大厨辣椒炒肉位于核心商圈的多家门店全天开餐取号均超过1000桌，平均等候时长在90分钟以上。11点刚开餐，北京王府井apm店、朝阳合生汇店、西单大悦城店、大兴荟聚店等多家店门口就已陆续排起队，店内

座无虚席。为应对“五一”小长假客流，费大厨在节前已增派人手积极应对，各门店的新鲜食材备货量也比平时提高了30%以上。同时，费大厨全国多家门店延长营业时间，从中午11点开餐持续到晚上9点。

同时，游客同样是拉动假期餐饮消费的主力军，多家位于景区附近的餐厅客流增长显著。今年“五一”小长假期间，方砖厂69号炸酱面预计整体客流同比上涨约26%，销量提升约35%。其中，景区、商圈及交通枢纽周边门店成为主要客流承接门店。为保障假期用餐体验，方砖厂69号炸酱面部分高客流门店将根据实际情况灵活调整营业时间，通过提前营业、延时闭店承接客流；景区店、商场店也将增加后厨及前厅人员配置，预计人手增长约15%。同时，门店将开放打包自提，并通过拼桌接待、提前点餐等方式提升翻台效率，减少顾客等待时间。

“五一”假期前后，龍歌自助小火锅、朴

下隆九、蘭誦茶事等多个餐饮品牌北京首店相继开业，各门店排队、翻台数据双双创下新高。其中，龍歌自助小火锅自4月29日正式开业后恰逢“五一”假期，首店热度叠加假日出行高峰，平均排队时间长达两个多小时，翻台率高达7次；网红烘焙品牌朴下隆九、网红茶饮品牌蘭誦茶事首店一经亮相便备受消费者追捧，迅速积攒超高人气。

在业内人士看来，从消费端来看，假期催生了大量休闲娱乐、亲友聚餐等场景化消费需求，直接带动餐饮市场需求集中释放，有效提升门店客流与经营营收，成为餐饮行业阶段性增收的重要推力。而企业依托文商旅融合、菜品创新、场景精细化运营等布局应对客流高峰，既是抢抓短期消费红利的务实举措，更是打磨服务品质、优化运营体系、夯实长期发展基本功的重要时机。