

# 端午节国内旅游收入373.1亿元,同比增长44.5%—— 旅游市场消费潜力持续释放



经文化和旅游部数据中心综合测算,端午节假期,全国国内旅游出游1.06亿人次,同比增长32.3%,按可比口径恢复至2019年同期的112.8%;实现国内旅游收入373.1亿元,同比增长44.5%,按可比口径恢复至2019年同期的94.9%。

尽管端午节假期多地出现高温天气,但人们出游热情并未受到影响,文化和旅游行业依旧展现强劲复苏势头。携程旅行网数据显示,部分旅游业态的恢复进展已超过2019年水平,其中国内门票业务等订单量较2019年同期翻倍。去哪儿旅行网数据显示,国内热门城市机票预订量超2019年同期二成,国内热门城市酒店预订量超2019年同期1.6倍。途家民宿数据显示,端午节假期民宿预订量比2019年增长三成,每晚平均支付价格达到497元。

高铁游、自驾游、周边游等是小长假中最受欢迎的出游模式。飞猪旅行网数据显

示,今年端午节高铁预订量同比增长2倍,除各大省会城市之外,苏州、青岛、宁波、厦门、温州的高铁游热度位居前列。同时,国内租车服务成交额同比增长超3倍,周边游预订量同比增长超4.6倍。

从价格看,去哪儿旅行网数据显示,端午节假期机票价格较“五一”假期下降二成以上,酒店价格较“五一”假期降低近三成,出游成本更低了,但平均支付价格并未等比下降,这意味着,游客更愿意住得好一点,玩得轻松一点。

另据国家移民局数据,随着民航、邮轮、酒店、餐饮、大交通和目的地资源商等供应链的稳步恢复,以及签证和口岸通关政策的便利化,端午节假期入境旅游达到了2020年以来的峰值。

“如果说‘五一’假期是国内旅游市场全面复苏、转入常态化发展的转折点,那么端午节假期则是入境市场复苏的里程碑,标志

着国内、入境和出境三大市场全面进入了复苏新通道。”中国旅游研究院院长戴斌表示。

端午节是我国重要的传统节日,以赛龙舟为代表的民俗活动在端午节期间备受瞩目。美团、大众点评网数据显示,端午节假期前两天,赛龙舟、包粽子、端午香囊等传统民俗体验的搜索量,同比去年实现了翻倍增长。各地纷纷推出多彩的民俗活动丰富人们的假日生活。赣州、揭阳、佛山、东莞、益阳、永州等多地端午节龙舟竞渡陆续开场。各地还将传统民俗、民间艺术融入博物馆、美术馆、图书馆、戏剧场、电影院等文化空间。文化和旅游部专项调查显示,假日期间访问文博场馆、历史文化街区,参与各类非遗项目,参加音乐节、演唱会等文化活动的游客占比高达87.9%。

“这些反映群众文化生活新需求的活动、项目和场景,与博物馆、美术馆、图书馆、戏剧场、电影院等传统文化空间共同构成了

文化和旅游深度融合的新场景,为旅游业高质量发展注入了新动能。”戴斌表示。

夜经济成为端午节假期文旅消费市场的亮点。文化和旅游部专项调查显示,受高温及目的地夜间旅游产品不断丰富等影响,端午节假期参与夜间游的游客比例达22.3%,较去年同期大幅提高7.9个百分点。根据数据监测,端午节期间,243个国家级夜间文化和旅游消费集聚区夜间客流量3625.3万人次。其中,南京市秦淮河-夫子庙片区、泰安市泰山秀城、武汉市江汉路步行街等多个集聚区端午节假期累计夜间客流量均已超60万人次。

携程研究院战略研究中心高级研究员沈佳旋表示,今年端午节假期给上半年重新步入增长轨道的旅游市场画上了圆满的句号。同时,暑期临近,在亲子、毕业生等群体的带动下,暑期旅游市场将提前开启,继续释放积蓄已久的旅游消费潜力。(张雪)

## 西安继续上榜全国十大热门目的地

本报讯(李卫)6月24日,携程发布端午假期旅行总结:长线游、避暑游成为今年端午假期旅游市场的主要亮点。西安继续上榜全国十大热门目的地,目的地为西安的端午假期订单量同比增长199%。端午假期陕西热门景点TOP5:西安钟楼、秦始皇帝陵博物院、西安城墙、华清宫、大雁塔。

端午假期,西安旅游人气爆棚。大唐不夜城景区举办“仲夏端午,香袭大唐”主题文化活动,尽显端午文化魅力。“端午音乐会”奉上国潮音乐盛宴;“萌心粽宝”快闪惊喜互动送上节日祝福;“盛唐密盒”开启端午知识问答专场,邀请游客即兴回答问题。

西安城墙景区准备了精彩的文化大餐。游客可以贴唐妆花钿,化身唐风佳丽;看金甲巡游,感受大唐雄风;到魁星楼下,同“白居易”对诵唐诗;书写祝福语并投进“聚福粽”内,祈福端午安康,体验端午仪式感。

西安各大文博场馆举办了丰富多彩的主题展览和文化活动。西安博物院举办“端午游园会”活动,点雄黄、刺五毒、投壶、编五彩绳等活动乐趣多多。陕西汉唐石刻博物馆举办“浓情端午 手工制香”体验活动,通过介绍和展示香的品类与制作工艺,让体验者感受香道文化的乐趣。陕西历史博物馆举办的《消失的文明——印加人和帝国四方之地》展览让游客感知异域文明的文化魅力。

利用假期短暂逃离都市喧嚣,奔赴城区周边感受自然气息成为许多人端午度假的首选。宝鸡太白山、商洛牛背梁等景区游人如织。太白山景区采取提前上岗、提早运营、延时服务、增设综合服务窗口等措施,为游客提供人性化暖心服务。牛背梁景区推出“一张门票游全年”门票免费升级年卡活动,吸引了大量游客。



6月20日,中建安装华西公司西安咸阳机场能源站项目部工会组织开展“浓浓端午情 工地粽子香”活动,让更多建设者感受节日氛围。袁景智 摄

## 节日期间陕西消费市场持续火热 570家零售、餐饮样本企业销售额同比增长12.3%

本报讯(崔春华)6月24日,笔者从省商务厅获悉:端午假期,全省居民出行旅游意愿强烈,消费热情高涨。各地商务主管部门积极指导商贸企业开展形式多样的促消费活动。全省各大景区景点、商圈、商贸流通企业人气旺盛,市场货丰价稳,购销两旺,消费活力充分释放。

节日消费市场持续火热。商务部门市场监测数据显示,全省570家零售、餐饮样本企业端午假期销售额7.8亿元,同比增长12.3%。其中,商品零售额7.3亿元,同比增长11.8%,较2019年增长9%。20大类商品中14大类实现正增长,占比前5位的商品中,汽车类、石油制品类、粮油食品类、服装

类和家电类同比分别增长15.3%、20.6%、4.3%、3.4%和37.7%。西安市、宝鸡市、咸阳市、铜川市、渭南市、榆林市、汉中市、商洛市和杨凌示范区监测企业销售额同比分别增长12.8%、11.6%、25.7%、9.8%、13.1%、41%、1.9%、17.5%、12.8%。

全省监测样本企业餐饮收入4333.5万元,同比增长22%,较2019年增长19%。146家样本企业中108家同比实现正增长。餐饮收入前5位样本企业中,西安饮食、陕西徐记酒店、西安金拱门食品、西安奈雪餐饮和陕西中快餐饮收入同比分别增长37.2%、

7.2%、19.7%、31.2%和32.6%。

生活必需品供应稳定。节前,全省商务系统提前部署生活必需品保供工作,针对市场形势和节日特点,多措并举稳供应惠民生,全力保障端午节生活必需品市场供应充足、质优价稳,切实满足人民群众节日生活需求。全省12家重点农产品批发市场监测数据显示,端午假期,粮食类、食用油类、肉类、禽类、蛋类、蔬菜类、水果类、水产类日均批发交易量分别为965.4吨、229.2吨、460吨、101.8吨、89.6吨、2万吨、4228.9吨、72.2吨,交易量与节前基本持平。8大类生活必需品批发价格均在3%范围内小幅波动,价格平稳。

## 端午节期间我国日均132.1万人次出入境

新华社北京6月25日电(记者任沁沁)记者25日从国家移民管理局获悉,今年端午节期间全国边检机关共查验出入境人员396.3万人次,日均132.1万人次,较去年

端午假期增长约2.3倍,是2019年端午假期的64.6%。其中,入境204.8万人次,出境191.5万人次;内地居民出入境196.7万人次,港澳台居民167.3万人次,外国人32.3万人

次。查验出入境交通运输工具17.6万架(艘、列、辆)次,较去年端午假期增长1.6倍。

按照国家移民管理局统一部署,全国边检机关全警动员,采取多项措施保障端午节期间口岸通关顺畅。提前预测并向社会公布口岸出入境人员流量高峰时段,提

示、引导广大出入境旅客合理安排行程,错峰出行;科学组织勤务,加大警力投入,开展查验通道,及时疏导出入境客流,确保通关高效顺畅;深圳、珠海等地边检机关加强与港澳特区出入境管理部门联络协调,共同应对瞬时客流高峰,确保口岸通关安全有序。

## 车险手续费现“价格战”,消费者获利了吗

### “返利”力度越来越大 监管部门下发通知引导保险公司合规审慎经营



“最高手续费率都达到30%以上了,获客竞争激烈,返利越推越高……”某大型财险公司业务人员透露,“商业车险手续费恶性竞争”现象有所抬头。

针对部分地区和机构高手续费竞争等问题又有所抬头现象,日前,国家金融监督管理总局下发《关于规范车险市场秩序有关事项的通知》,从五大方面着手规范车险市场秩序。

现象仍然存在,而且“返利”的力度没变小。在一些社交媒体上,也有保险公司业务员发出“返利”促销的宣传海报。

接受采访时,刘先生反馈说,这几年商业车险价格确实便宜了,已经连续6年没出险,算上返还的2000多元现金,比去年又便宜了几百元钱。

张女士的私家车保险快到期了,这个月陆续接到不少险企业务员的电话,都给出了比合同报价更多的优惠。算下来商业保险、交强险和车船使用税共计3791元,通过APP下单后可以返还760元,甚至还有业务员要个人给她账户再返还100元,再送一次保养、一次漆面修复、6次洗车。张女士说:“我肯定选性价比三家的,看看哪家最终报价最合算。”

产险公司通过不正当竞争给出超30%的手续费率,已经大幅偏离车险手续费率的合理区间。

这些不公开的手续费让利竞争,主要分为明线和暗线。所谓的“明线”让利就是车险销售人员为了获客,将销售所得的部分佣金返给客户,主要是个人行为;“暗线”让利则是保险公司给4S店、中介等渠道付手续费,由保险公司调控。

事实上,这种手续费恶性竞争实际上并没有完全惠及车险消费者,反而给车险市场不同渠道间套利提供了机会。假如中介公司的手续费率高于其他渠道,其他渠道就会将适合的客户挂在中介公司,赚取佣金更高的手续费,最后双方可以共分手续费之间的差价。从长远来说车险市场的恶性竞争势必最终会影响消费者的利益。

一旦大型保险机构在业绩压力下带头拼抢市场份额,其他市场主体一定会纷纷跟进,迅速带动市场手续费竞争升温,很有可能回到车险综改前夕。这种手续费恶性竞争不仅不会普惠消费者,保险公司本身也将遭受很大的损失。

从保险公司角度来说,车险市场手续费竞争行为,主要根源出在总公司的机制考核上,过重的业务增长指标导致基层不计成本地买业务,直接造成拼手续费、抢单等恶性竞争乱象。建议保险公司应从考核标准进行规范,制定合理的业务目标。

**返现金送保养 车险“返利”力度大**

多年来,监管部门三令五申整治乱象,要求险企不得开展不正当竞争,财险公司和保险中介机构不得通过返现或赠送现金、预付卡、有价证券、保险产品、购物券、实物、积分抵扣等方式,给予或者承诺给予投保人、被保险人保险合同约定以外的利益。不得以参与其他机构或个人组织的促销活动等方式变相违法支付保险合同约定以外的利益。

自2020年9月,车险综改后,车险市场呈现保费价格、手续费率“双降”局面。然而,今年以来车险市场“手续费恶性竞争”的现象再次有所抬头。

多位车主告诉笔者,商业车险的“返利”

**手续费恶性竞争抬头 长远看或影响消费者利益**

“现在面临两难局面,头部的大险企利润高,费用充足,如果他们带头去抢市场份额,中小险企不跟就是失去市场,跟了也不一定盈利。”一位车险业务人员告诉笔者,交强险手续费率在4%左右,商业险手续费率在15%左右。为了抢地盘、争份额,部分财

**监管出手整治乱象 要求强化手续费核算管控**

为何在监管部门三令五申的情况下,险企仍然要通过“返利”抢占市场?车险企业如何正常竞争才是可取之道?

车科技副总裁徐建平表示,一直以来,“以手续费换市场份额”是财险行业痼疾。

监管部门注意。近日,国家金融监督管理总局财险部下发了《关于规范车险市场秩序有关事项的通知》,引导保险公司合规审慎经营。

《通知》从五大方面着手规范车险市场秩序,包括严禁险企盲目拼规模、抢份额,向分支机构下达不切实际的保费增长任务,同时也要求险企不得偏离精算定价基础,以低于成本的价格销售车险产品等。要求险企严格费用预算、审批、核算、审计等内控管理,据实列支各项经营管理费用,强化手续费核算管控。(简丽爽)

新华社北京6月25日电(记者 戴小河 王优玲)国家邮政局监测数据显示,截至6月24日,今年我国快递业务量已达600亿件,比2019年达到600亿件提前了172天,比2022年提前了34天。

6月份以来,全国多个电商平台陆续启动年中促销活动,带动了快递业务量的新一轮增长。有数据显示,6月1日至6月18日电商大促期间,快递日均业务量突破4亿件,市场规模进一步扩大。

一条条流动的分拣线,一辆辆疾驰的快递车,一名名走街串巷的快递小哥,一件件如约抵达的快递包裹……一派忙碌景象,不仅展现了快递业发展的强大韧性,更彰显出我国消费市场持续恢复的基础没有改变,消费规模扩大、结构升级的态势仍在延续。

以广东为例,除了传统电商大促外,粤港澳大湾区消费季、国际消费品博览会、广交会、流花国际服装节等系列活动,带动了快递企业的业务量增长,快递业务量连续三个月在28亿件以上,业务收入重回两位数增长,呈现强劲增长态势。

快递企业抓住发展机遇,大力提升数字化运营水平,优化中转和派送流程,加快运用全自动分拣、无人仓、无人车、无人机等装备和技术,既保障了电商大促又完成了产能升级。

快递业在保持良好运行态势的同时,还积极拓展新业务、挖掘新需求,助力恢复和扩大消费。

入夏以来,荔枝、樱桃、小龙虾、冰淇淋、预制菜等产品寄递需求激增,快递企业加大冷链设施设备投入,推动包装更规范、运输陆空结合,开通绿色通道,优鲜派送、保鲜送达,提供延伸至产销两端的一站式综合服务解决方案。在湖北潜江,快递小哥将一箱箱鲜活的小龙虾打包装车,通过冷藏冷链干线车直发分拨中心,并通过航空货运直发国内主要城市,实现了从田间直达餐桌。

邮政快递企业还打造“快快合作”共配进村、“邮商合作”专配进村等模式,在全国多地建立了“市区有分拣、乡镇有中心、村村有服务”的县乡村三级寄递物流服务体系,将更多的生鲜农产品从乡村运抵城市。

在助力国内消费市场加快恢复的同时,快递企业还持续完善境外枢纽、地面网络、海外仓布局,建设新型外贸物流网络体系,积极服务跨境消费市场。据不完全统计,截至目前,快递企业的海外仓布局已覆盖北美、欧洲、东南亚、中东和大洋洲等地区,并通过打通海外干线布局和网络配送,国际供应链网络触达世界各个国家和地区。



## 赴清华起义教育基地开展实践研学活动

本报讯(黄茜)6月20日,陕西环保产业集团有限责任公司总部党员到清华起义教育基地开展实践研学活动,进一步发扬红色传统、传承红色基因,激励党员干部不忘初心、砥砺前行。

全体党员怀着无比崇敬之情,在清华起义烈士纪念馆前庄严列队,奏唱国歌,重温入党誓词,誓言字字铿锵有力、句句掷地有声,彰显了陕西环保集团党员对党的绝对忠诚和奋进新征程、建功新时代的坚定信心。

## 陕西黄河古贤水利枢纽公司 举办“古贤水利大讲堂”第十三讲

本报讯(杨越)6月21日,陕西黄河古贤水利枢纽开发有限公司举办“古贤水利大讲堂”第十三讲,着力提升干部职工综合素质。

大讲堂邀请省优秀企业家、陕西省东庄水利枢纽工程建设有限责任公司党委书记、董事长肖宏武,以“如何做好水利工程业主”为题,详细分享了东庄水利公司在工程建设管理方面的具体做法和先进经验,对于公司干部职工提升水利工程建设管理水平、高标准建设好古贤工程具有很好的指导意义和现实意义。

## 开展“迎七一 悟思想 强党性”主题活动

本报讯(朱金华)6月20日,商南农商银行党委组织开展“迎七一 悟思想 强党性”主题活动,激励广大党员干部坚定理想信念、牢记初心使命。

通过此次活动,该行党员干部职工重温了党的艰辛历程,感受党的丰功伟绩,受到思想洗礼的同时更加坚定了理想信念和入党初心。大家纷纷表示,要传承好党的红色基因和优良传统,发挥党员模范带头作用。



近日,陕煤榆北煤业有限公司举办“奋进新征程 再建新榆北”健身跑比赛。李彩霞 摄



近日,延长石油榆林炼油厂组织全体纪检监察干部前往靖边县小河会议旧址开展主题党日活动。刘常钰 宋海珍 摄