

**ENTRANCE株式会社**

# **2021年春節 中国旅行市場最新動向**

**2021.02.25**

# 目次

## 1.春節旅行市場全体動向

2021年春節連休の概要	P3
2021春節消費全体動向	P4

### 1-1.春節旅行市場全体動向【交通編】

2021年春節旅行市場全体動向	P7
交通予約時系列推移（航空）	P9
交通予約時系列推移（鉄道）	P10
人気航空路線ランキング	P11
人気度が急落した航空路線	P12
人気上昇した旅行目的地	P13
人気急落した旅行目的地	P14
航空チケット予約スケジュールの短縮	P15

### 1-2.春節旅行市場全体動向【目的地編】

観光スポット予約	P17
観光業収入ランキング（都市別）	P18
人気目的地ランキング（都市別）	P19
人気目的地ランキング（観光施設）	P20
人気目的地ランキング（テーマ）	P21

### 1-3.春節旅行市場全体動向【宿泊編】

客室稼働率の変動	P23
各省の客室稼働率のランキング	P24
宿泊の平均金額の変動	P25
宿泊の平均金額（都市レベル別）	P26
宿泊数ランキング（都市別）	P27
宿泊稼働率（第2、3線都市）	P28
現地宿泊予約数ランキング（都市別）	P29

## 2.春節旅行者属性

春節旅行者属性（年代別）	P31
春節旅行者属性（人数別）	P33
春節旅行者属性（居住地）	P34
交通利用者の割合（性別・年代別）	P35
宿泊利用者の割合（年代別）	P36

## 3.春節旅行トレンド

別荘貸切ホームパーティー	P38
ドライブ旅行	P39
オンラインツアー	P40

## 総括

# 2021年春節概要



2021年の春節は2月11日から2月17日だった。

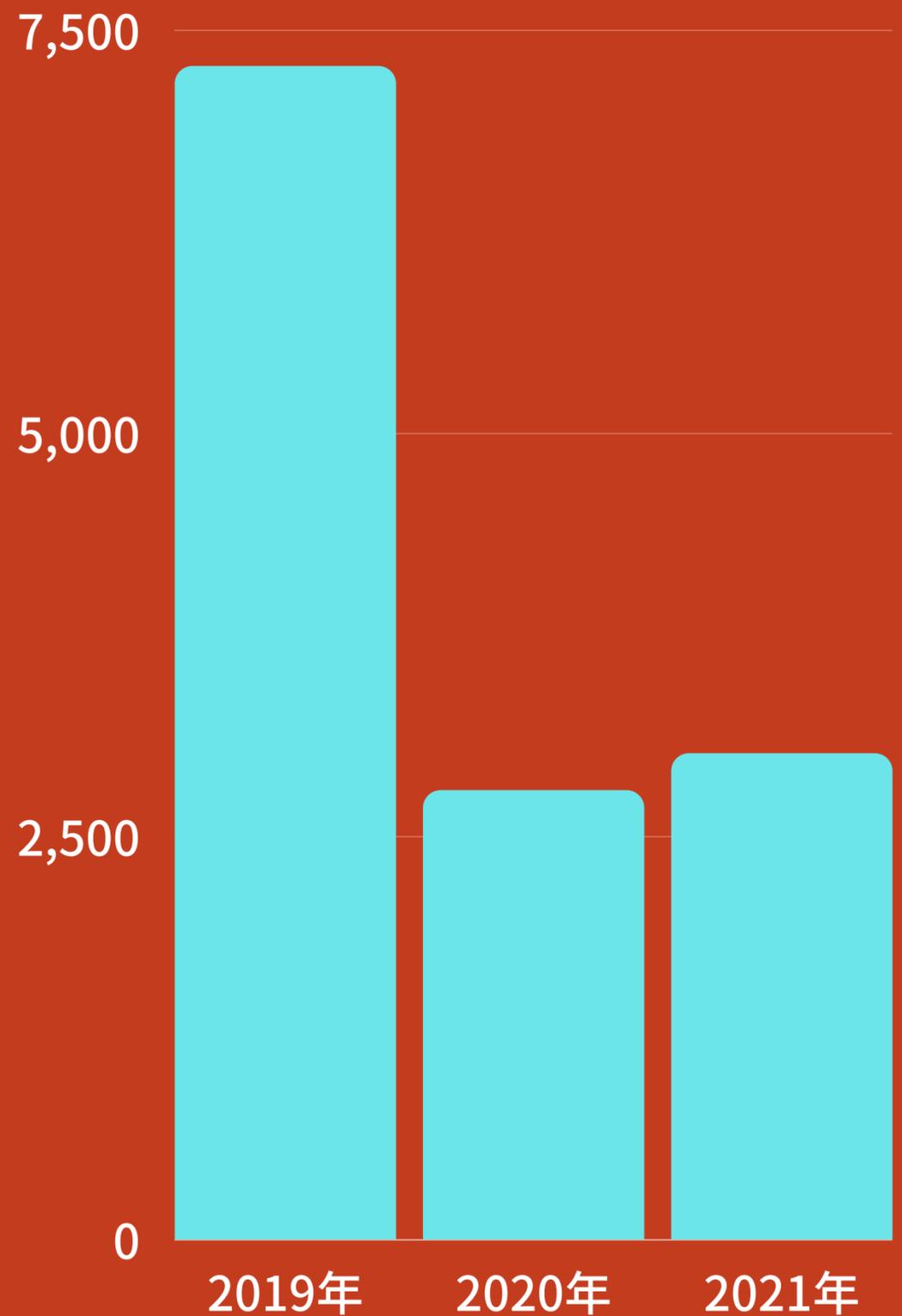
中国政府は春節旅行における3つのガイドラインを提示した。

海外旅行：不要普及な往路の手配をしないこと

国内旅行（中・高リスク地域）：不要不急な渡航を控えること

国内旅行（低リスク地域）：旅行中は、マスクを着用し、手洗い・少人数での行動、換気、「1メートル」ソーシャルディスタンスをとること

# 2021年春節消費全体動向



春節期間中に国内観光収入は前年同期比8.2%増の3011億元になり、コロナ前の58.6%に回復した。

「2021年全国オンライン新年祭」（1月20日-2月18日）の全国オンライン小売売上高は9057.6億元で、オンラインケータリング売上高は昨年の同時期より48.5%増加した。。

# 2021年春節消費全体動向

## 重点城市购物中心汇客指数



全国のショッピングモールの総旅客数は5億7200万人に達し、流入指数は79.4で、2019年の春節から85%に回復した。

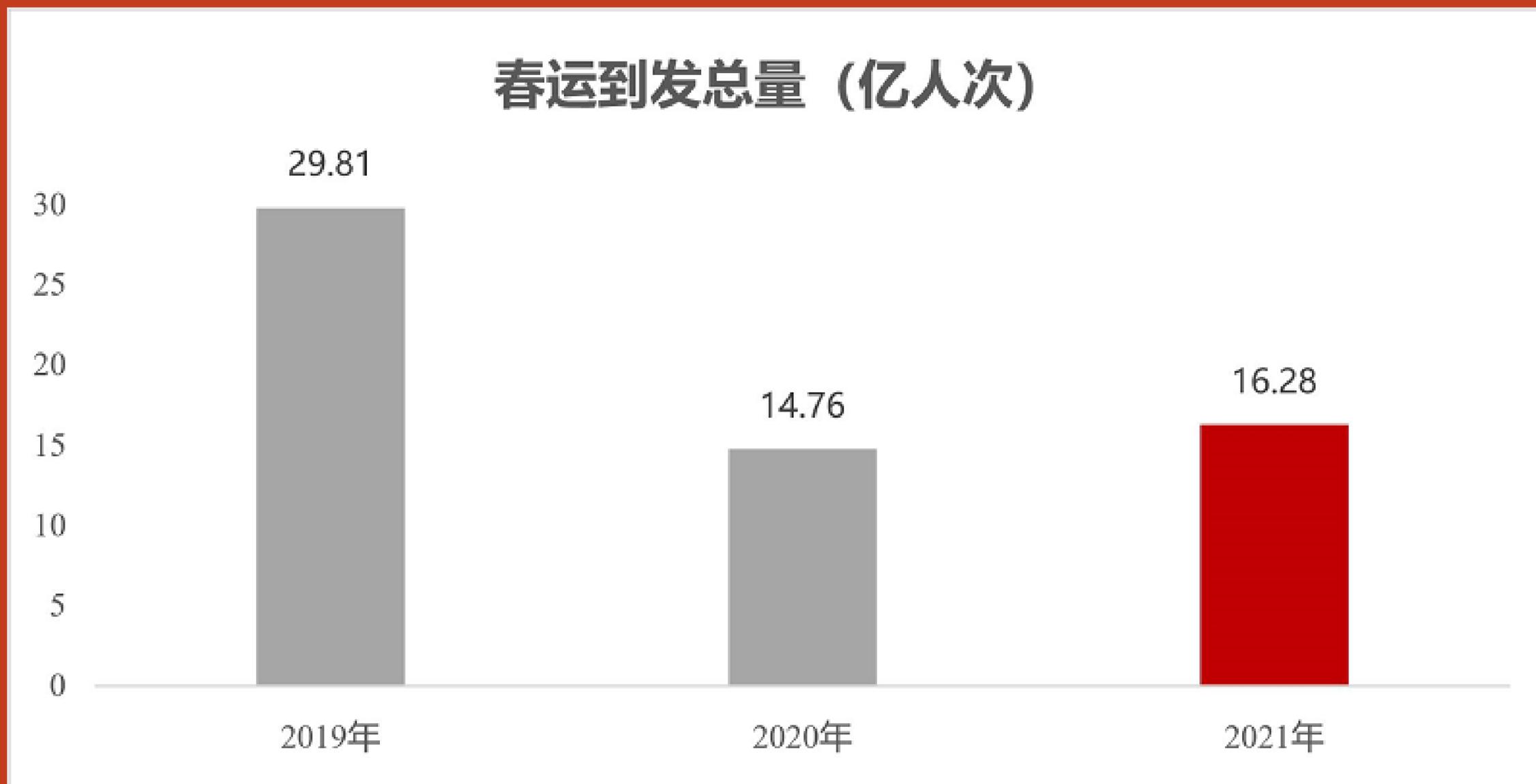
主要都市のショッピングモールでは、上位10都市には、北京、上海、広州、深センの4つの1級都市と、杭州、成都、長沙、西安、南京、重慶の6つの新都市も含まれています

# 1-1.春節旅行市場全体動向

## 【交通編】

# 2021年春節旅行市場全体動向

2021年は2020より増加したが、2019年に対して、4割減となった。



# 2021年春节旅行市场全体动向

全国各省春节期間中入込客数もっとも多かったのは広東省、四川省、江蘇省となった



2021 春运迁徙数据 · 省级  
(原始数据: 百度慧眼2月10日数据, 整理: 昆明楼市)

全国热门迁入地(目的地)		全国热门迁出地(出发地)	
名称	比例	名称	比例
1 广东省	11.81%	1 广东省	15.10%
2 四川省	9.68%	2 四川省	9.02%
3 河南省	6.93%	3 江苏省	6.72%
4 安徽省	6.29%	4 河南省	5.67%
5 湖南省	6.25%	5 湖南省	5.19%
6 江苏省	6.08%	6 山东省	5.09%
7 山东省	5.45%	7 安徽省	4.55%
8 湖北省	4.51%	8 浙江省	4.38%
9 广西壮族自治区	4.47%	9 湖北省	4.11%
10 陕西省	3.45%	10 广西壮族自治区	3.58%
11 浙江省	3.34%	11 陕西省	3.56%
12 福建省	3.33%	12 福建省	3.29%
13 江西省	3.15%	13 云南省	3.14%
14 贵州省	3.11%	14 贵州省	3.05%
15 云南省	3.04%	15 辽宁省	2.35%
16 河北省	2.84%	16 上海市	2.31%
17 辽宁省	2.45%	17 江西省	2.13%
18 山西省	2.13%	18 北京市	2.10%
19 海南省	2.03%	19 河北省	2.04%
20 甘肃省	1.59%	20 海南省	2.01%

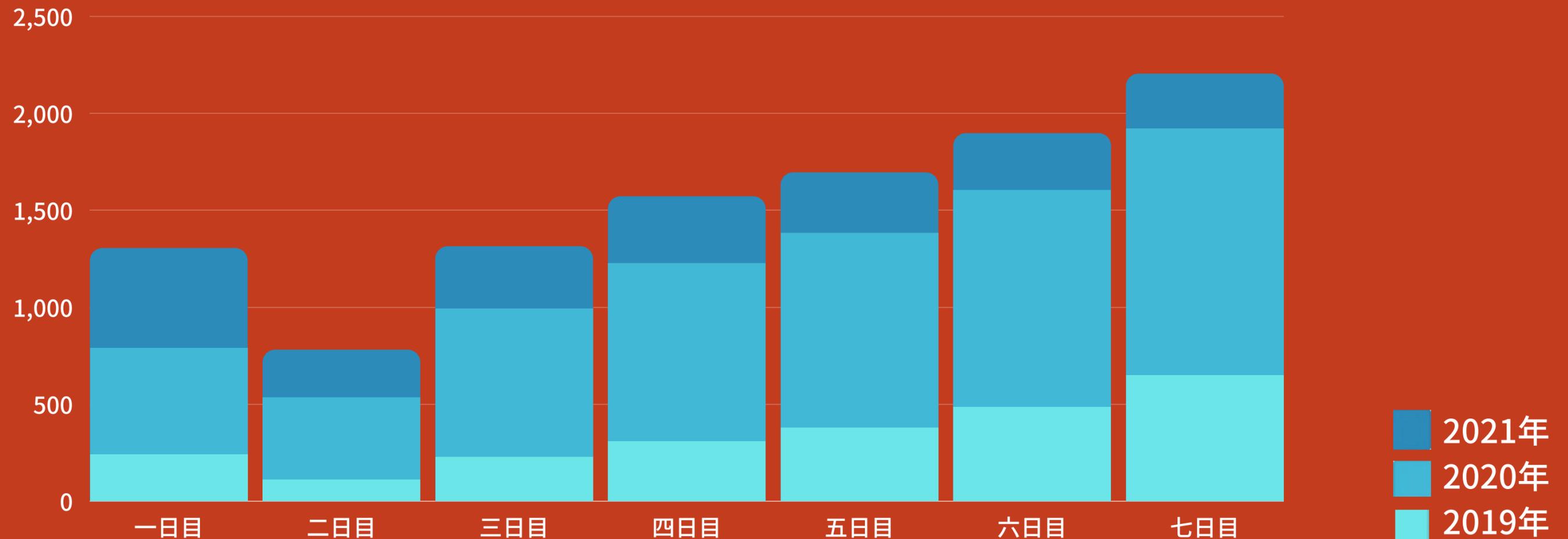
# 交通予約時系列推移（航空）

航空利用者も少ない状態が続いている。民間航空の送客数は49万8000人で、2019年同時期比72.6%減、2020年同時期比74.7%減となった。



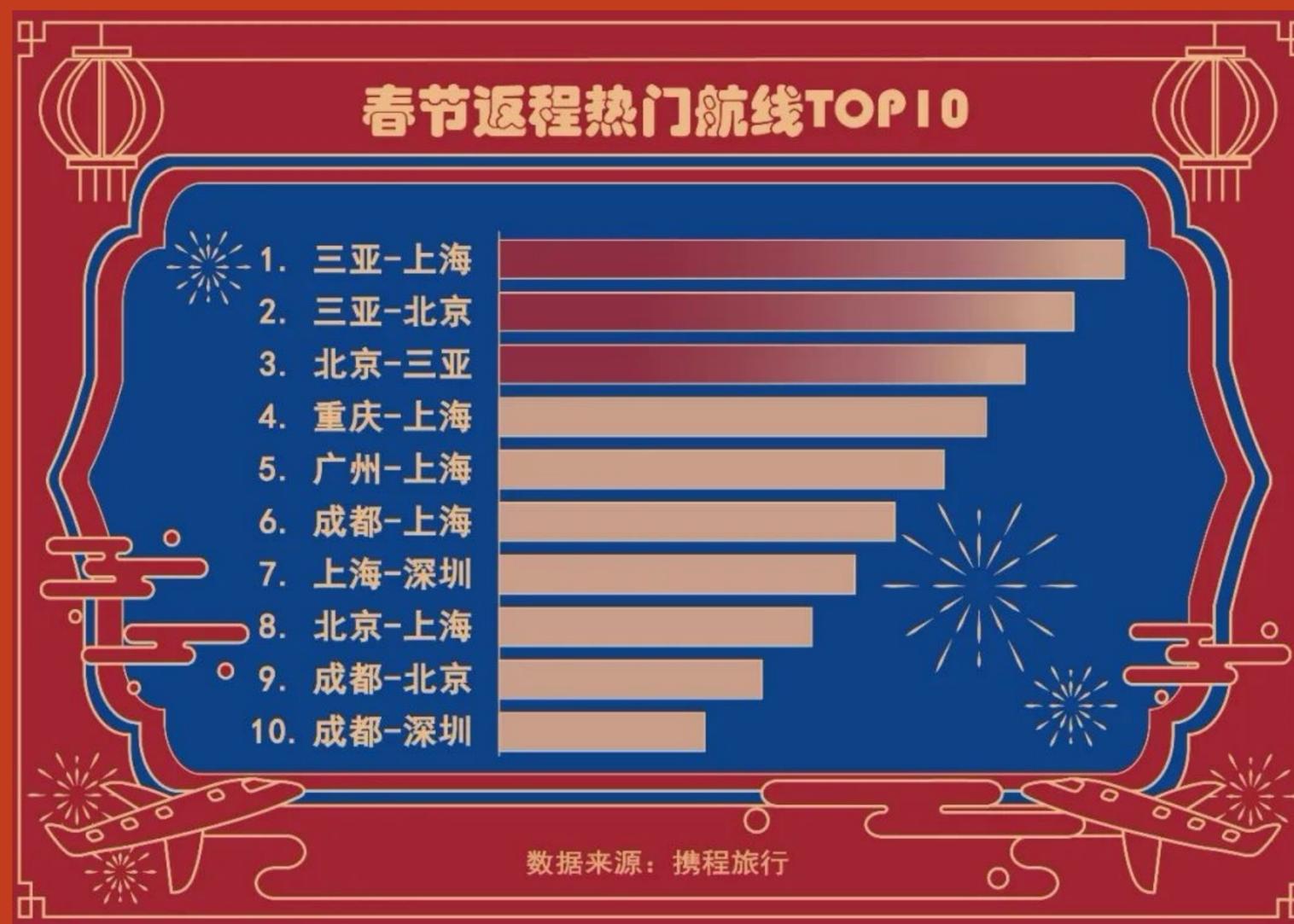
# 交通予約時系列推移（鉄道）

2021年の鉄道利用者は、コロナ前の2019年度と比較して60.2%減少した。過去2年と比較しても全体的に著しく減ったが、春節1日目のみ昨年度の3.6%利用者が増えた。



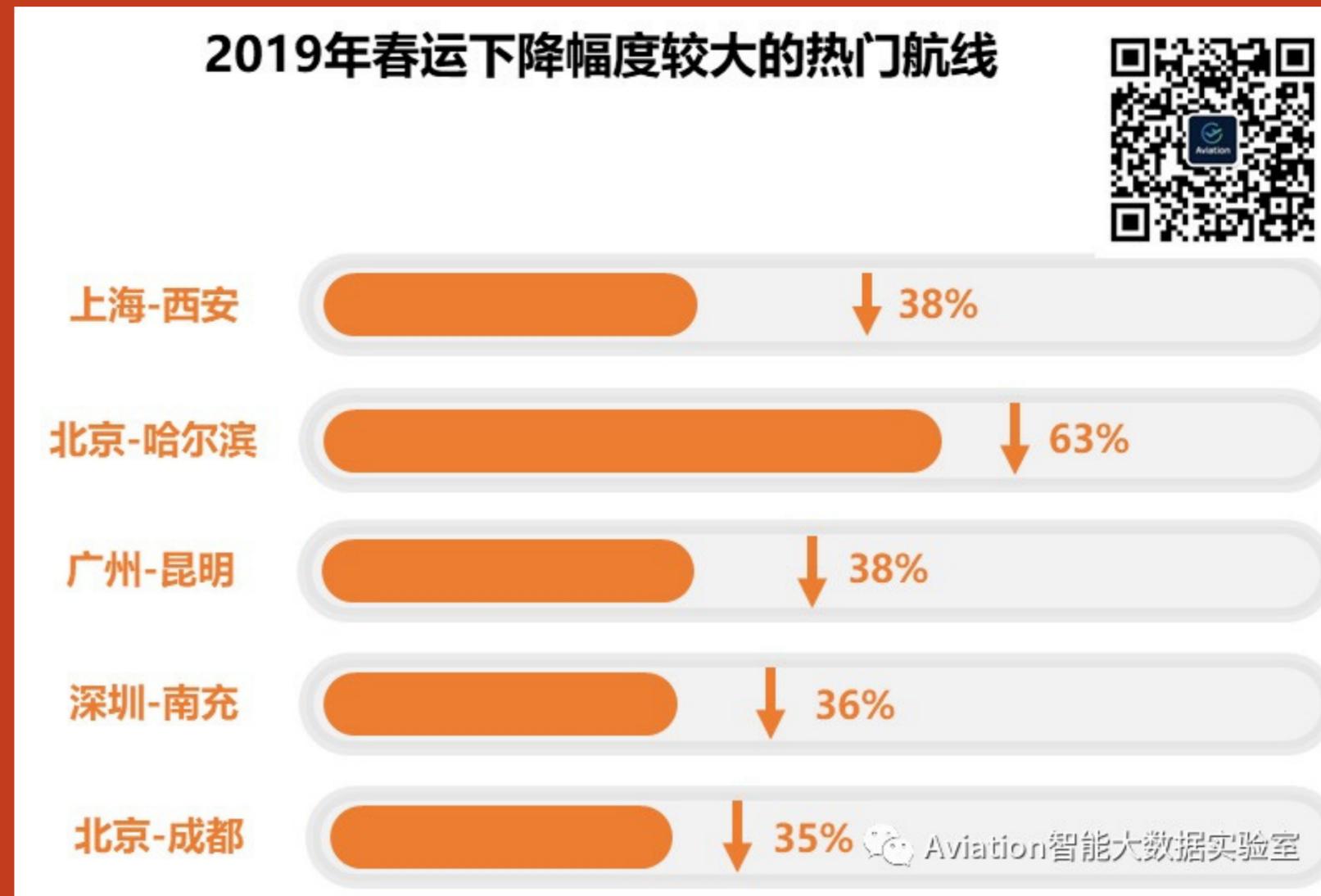
# 人気航空路線ランキング

携程(Ctrip)のデータによると、春節期間中の人気航空路線は  
三亚-上海、三亚-北京、北京-三亚、重慶-上海、広州-上海、成都-上海、上海-深  
セン、北京-上海、成都-北京、成都-深センの順で人気だった。



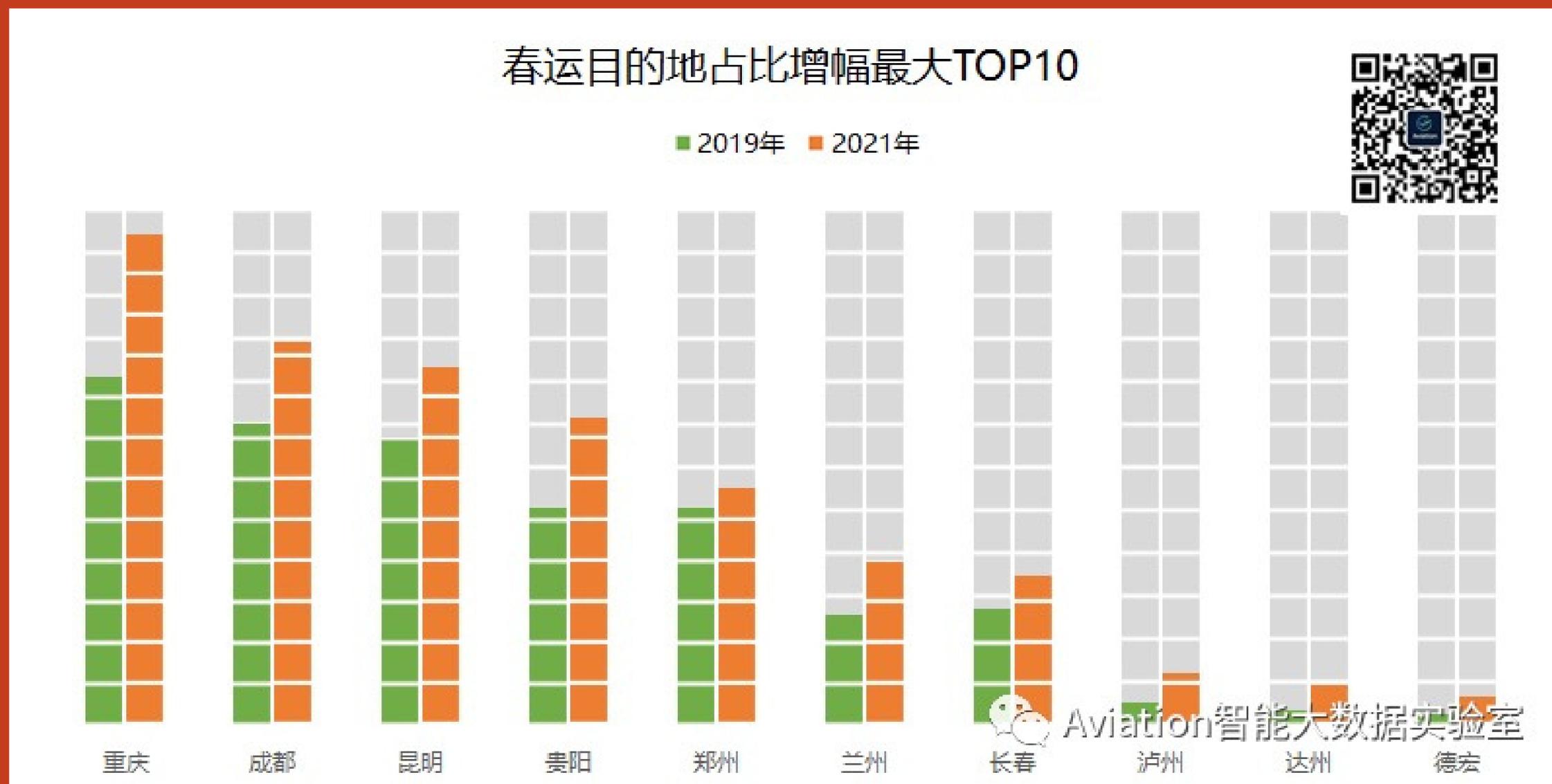
# 人氣が急落した航空路線

反対に、例年の春節期間中に人気エリアだった北京-ハルピンは2019年と比較して63%減、上海-西安、広州-昆明もともに38%減となった。中高リスク地域が特に影響が大きかった。



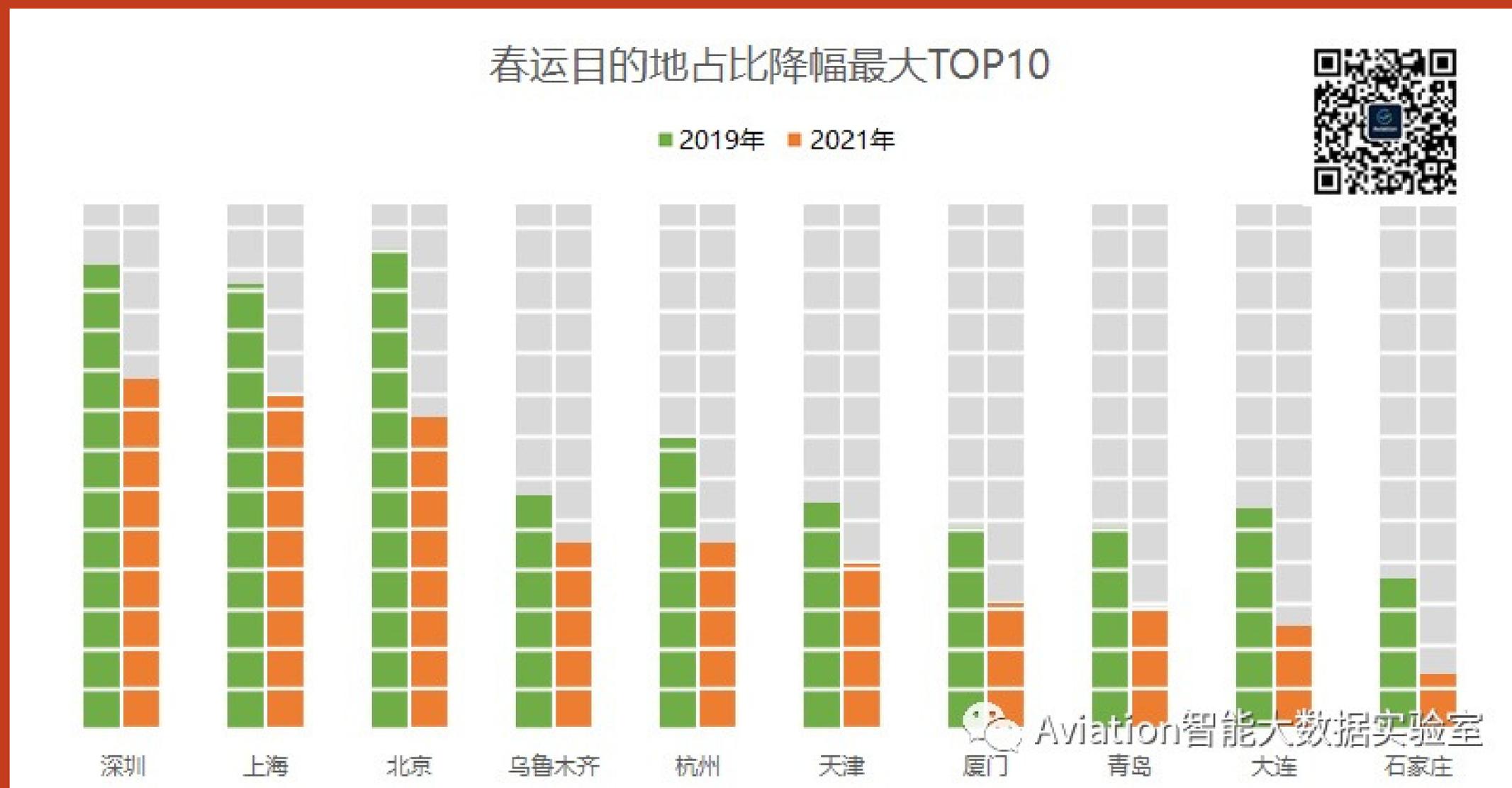
# 人気が上昇した旅行目的地

2019年と比較して人気伸び率が高かったのが重慶、四川、雲南である。



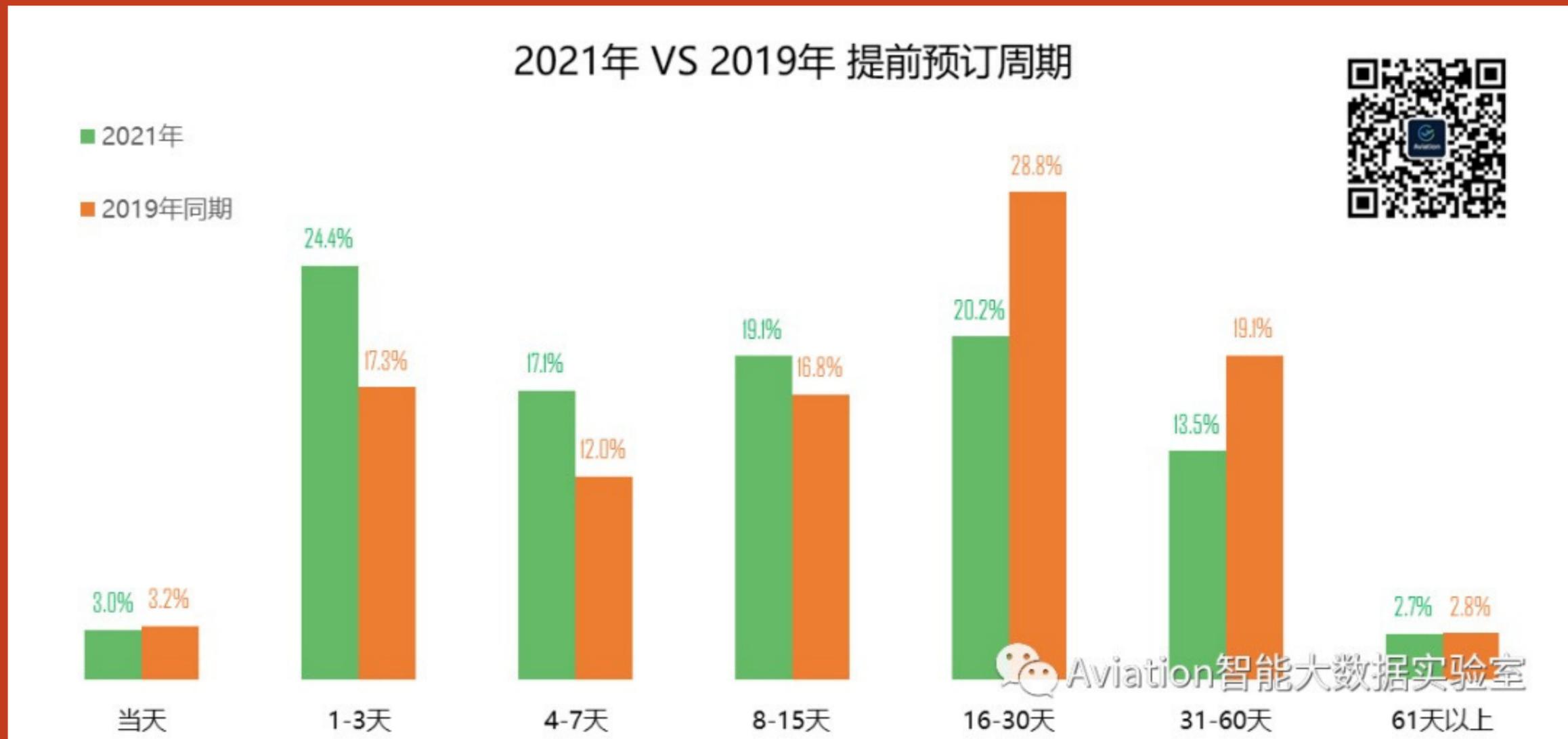
# 人気が急落した旅行目的地

新型コロナウイルスの影響で、最も減少率が大きかった目的地は、人口が集中しており感染リスクが高いとされる都市や第一・第二の都市に集中している。



# 航空チケット予約スケジュールの短縮

2021年と2019年同時期の航空チケット予約データを比較すると、今年は、1-3日前予約者が最も多く、当日-15日前までの予約が全体の63.6%を占め、19年よりも14.3%増えた。



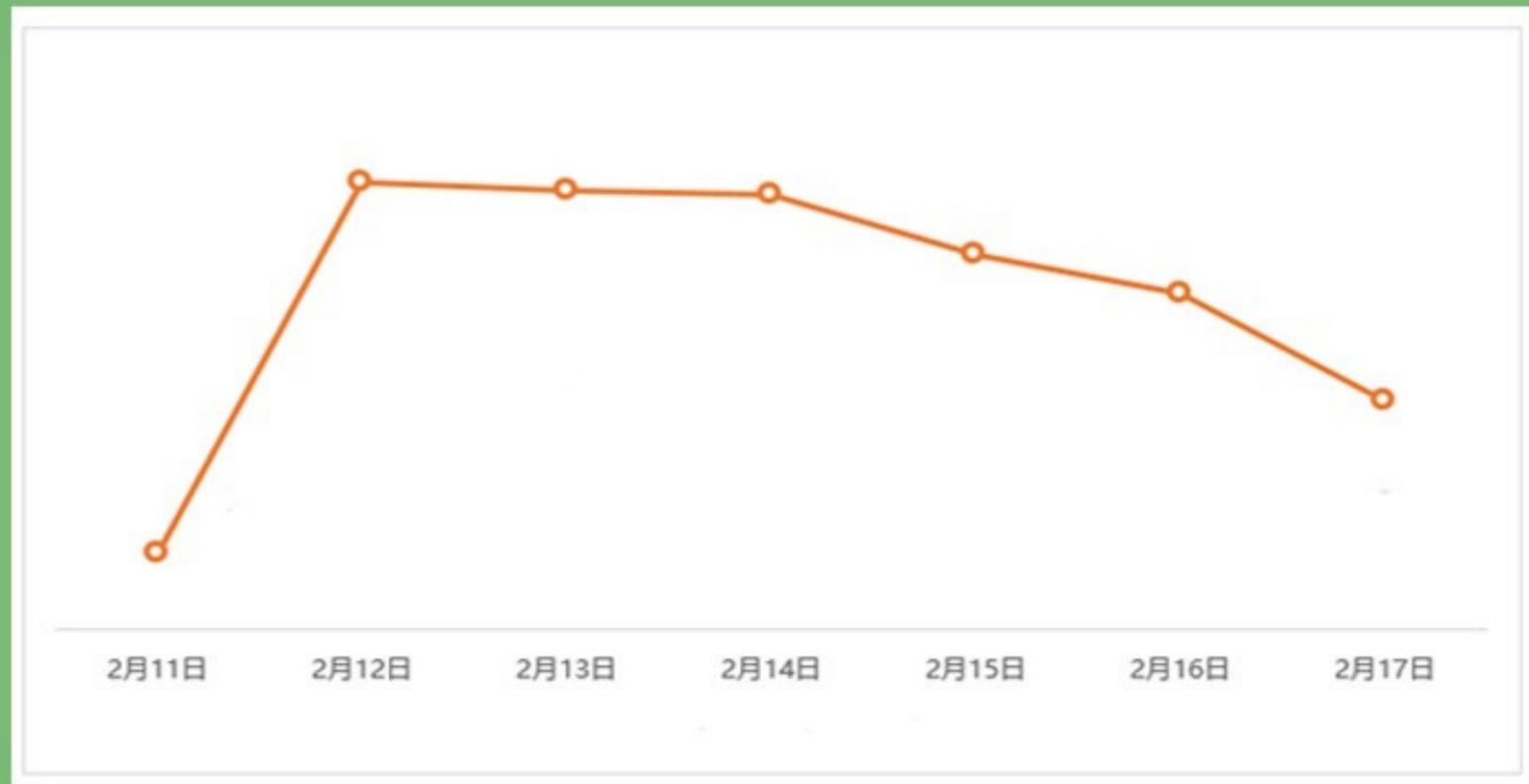
# 1-2.春節旅行市場全体動向

## 【目的地編】

# 観光スポット予約



## 春节7天长假订单趋势图

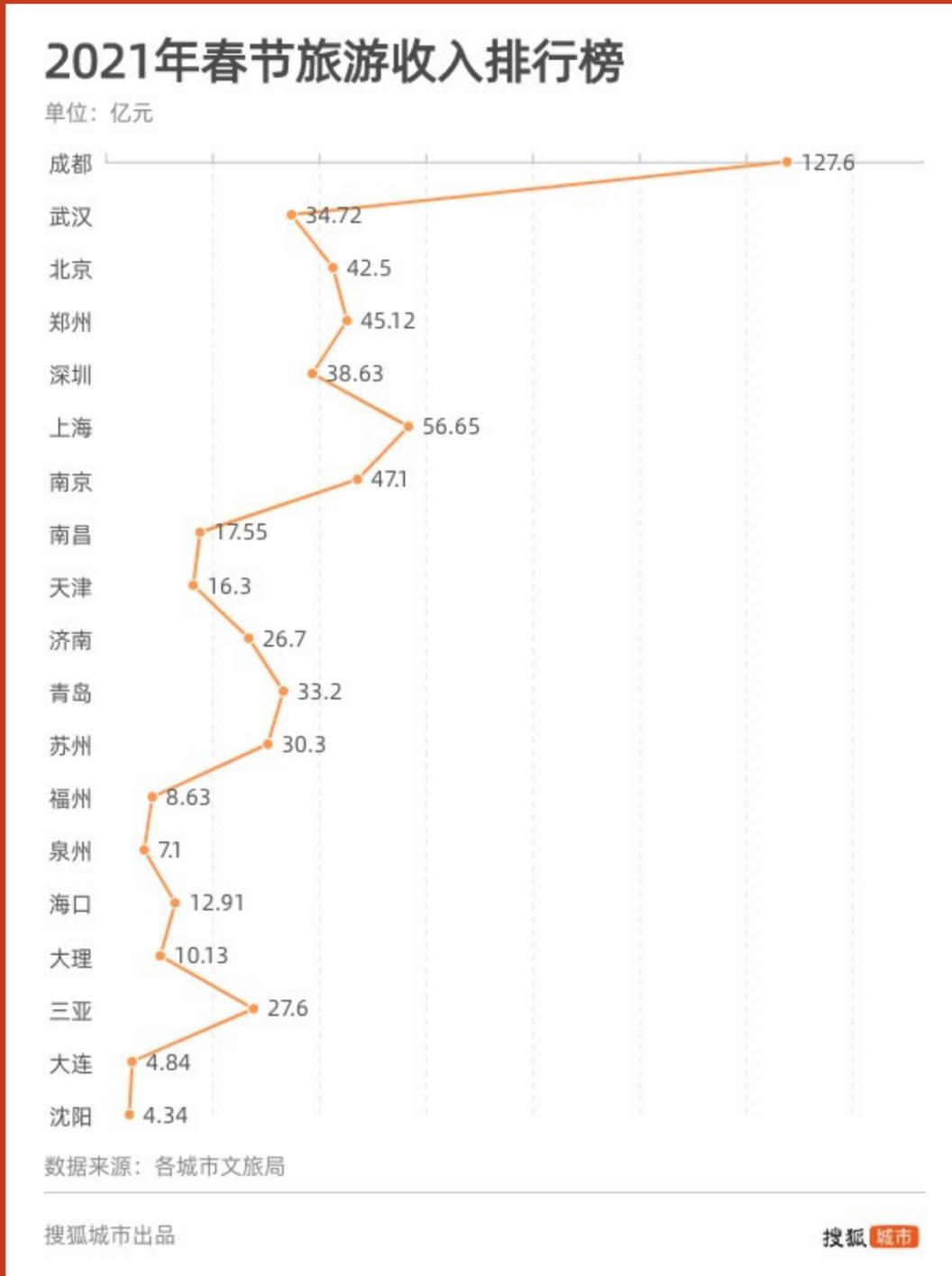


数据来源:同程研究院

春節連休中の観光スポット予約状況は、2019年春節と比較して、同じくらいの人気を取り戻してきている。

2月12日-2月14日は、予約が集中する時期ではあるが、その中でも、元旦2月12日の予約が最もピークを迎えた。

# 観光業収入ランキング（都市別）



春節期間中の観光収入トップは、成都の127.6億元（2076億円）で2位の上海（56億6500万元）の2倍以上だった。

携程(Ctrip)や去哪儿网(Qunar)などのOTAデータによると、春節連休期間中において成都のホテル予約数は、国内のトップ3に入った。

# 人気目的地ランキング（都市）

马蜂窝(MaFengWo)のデータによると、春節期間中の地元観光人気ランキングトップ目的地は三亚で、北京、珠海と続いた。

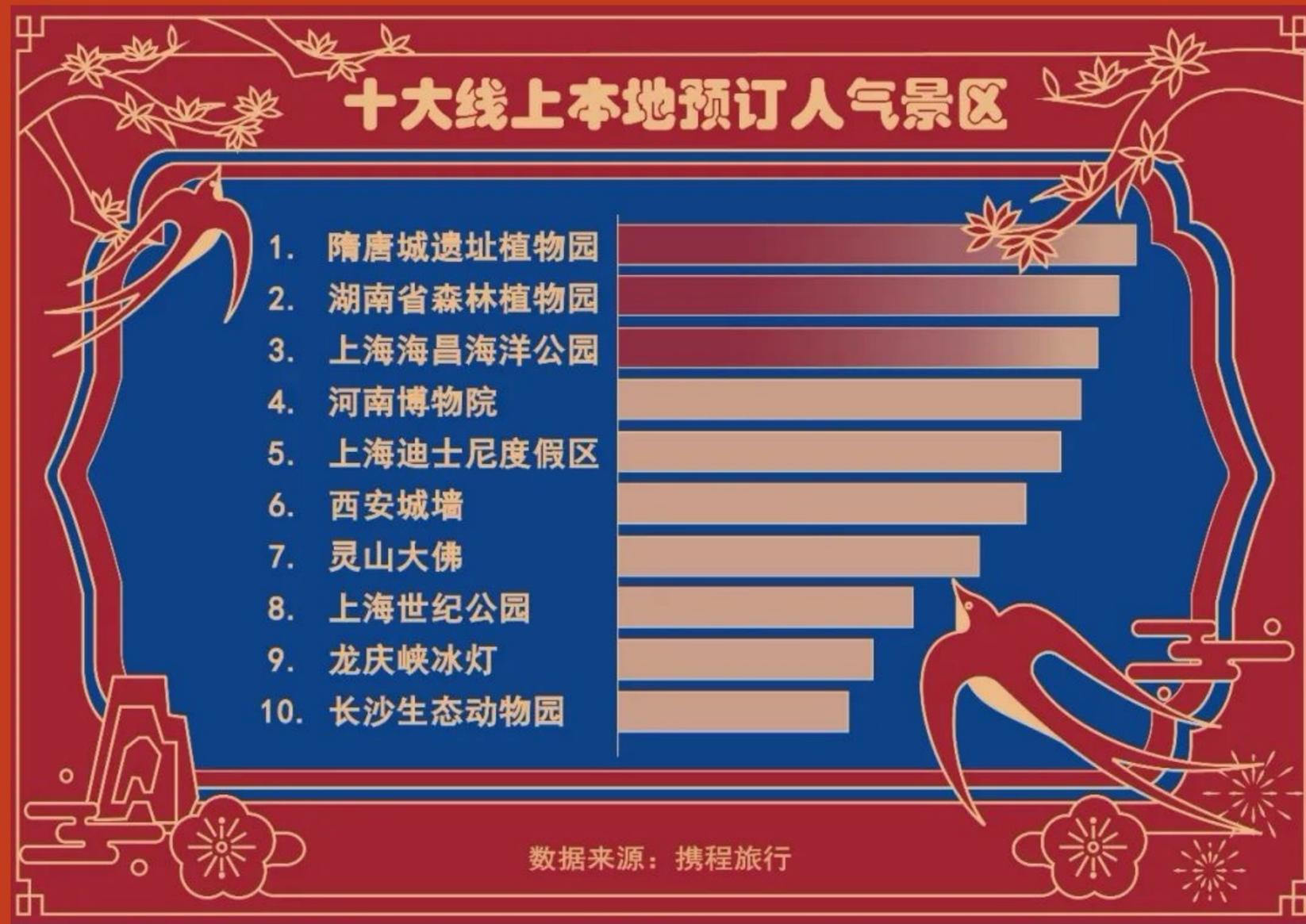
途牛(Tuninu)のデータによると、日当たりが良く、気温が暖かく、快適な南部の都市は、様々な年齢層の観光客に好まれ、北部の目的地よりもはるかに人気だった。

排名	目的地	省份
1	三亚	海南
2	北京	北京
3	珠海	广东
4	丽江	云南
5	阿坝	四川
6	广州	广东
7	重庆	重庆
8	深圳	广东
9	成都	四川
10	清远	广东

数据来源：马蜂窝旅游



# 人気目的地ランキング（観光施設）



携程(Ctrip)のデータによると、チケット予約数は2019年春節時期と比較して300%以上増加した。

全体的に全国すべての省と都市ともに急速な増加傾向がみられ、従来から人気がある自然景観や史跡に加えて、動植物園・テーマパーク・水族館および博物館の利用者が急速に増加し、主な消費カテゴリータイプは親子・家族だった。

# 人気目的地ランキング (テーマ)



深圳欢乐谷



华谊兄弟电影世界



广州融创乐园



天津海昌极地海洋公园



珠海长隆海洋王国



上海迪士尼乐园



广州长隆野生动物园

# 1-3.春節旅行市場全体動向

## 【宿泊編】

# 客室稼働率の変動

春節期間中、中国国内ホテルの全体平均稼働率(OCC)は約50%だった。  
2月13日から15日の間（正月2日目—正月4日目）が宿泊のピークであり、特に2月14日のバレンタインデーは多くのホテルが満室となった。  
高級リゾートホテルの稼働率は85%に達し、第2・第3都市の一部ホテルの稼働率は、2019春節時期より20%以上稼働率が増加した。



# 各省の客室稼働率ランキング

春節期間中の客室稼働率を、省ごとに見ると海南・重慶・安徽・湖南・河南・四川・広西・山東・貴州は比較的にな高くなった。



# 宿泊の平均金額の変動

宿泊施設の平均販売価格(ADR)は1泊310元 (5043円) であり、客室の平均収益 (RevPAR) は156元 (2538円) だった。販売価格は過去2か月に比べると約5% 上昇したが、両数字とも前年春節より下落した。



# 宿泊の平均金額（都市レベル別）

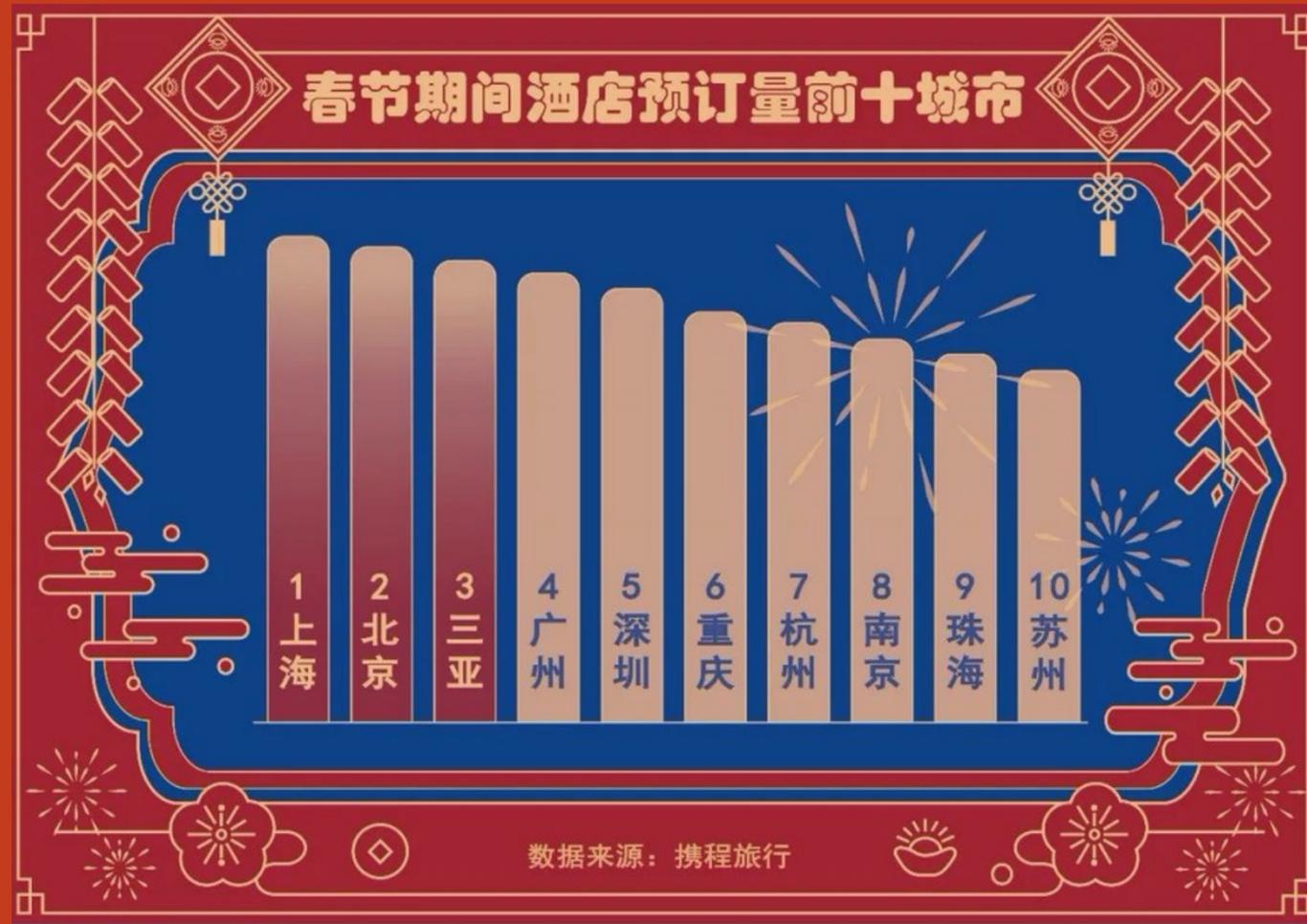


春節期間中、約3万軒のホテルチェーンの平均単価は1泊310元（5043円）であり、その中で、一流都市のホテルの平均単価は1泊330元（5369円）だった。

また、新一流都市のホテルの平均単価は1泊305元（4962円）であり、第2都市のホテルの平均客単価は1泊237元（3856円）、第3および第3以下都市のホテルの平均客単価は1泊163元（2652円）となった。

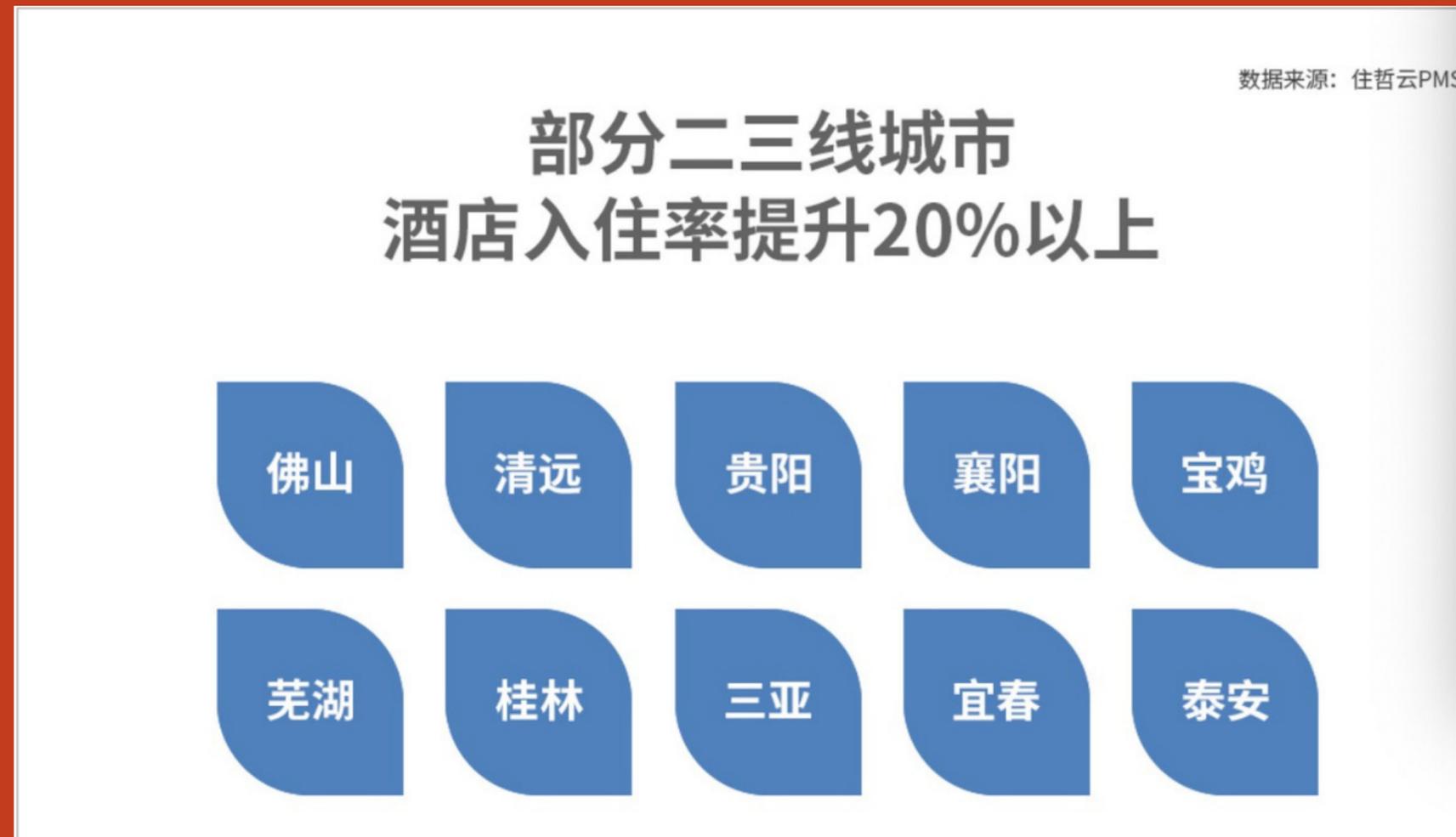
# 宿泊予約数ランキング（都市別）

携程(Ctrip)のデータによると、一流および新一流都市に住んでいる顧客は、一年間頑張った自分へのご褒美として「ホテル休暇」を利用する傾向にあった。宿泊予約で最も人気の都市は、重慶・深圳・成都・上海・広州・北京・西安・三亚・蘇州・杭州などの一流および新一流の中核都市だった。



# 宿泊稼働率（第2、3線都市）

新型コロナウイルスの影響によって海外渡航規制がかかり、国内旅行のニーズが増している。一流都市を除いて、一部の第2・第3および第3以下都市のホテル予約が急増し、佛山・清遠・貴陽・襄陽・宝路・呉湖・桂林・三亜・宜春・泰安などのホテル稼働率は、2019年の同時期と比較して20%以上増加した。



# 現地宿泊予約数ランキング（都市別）



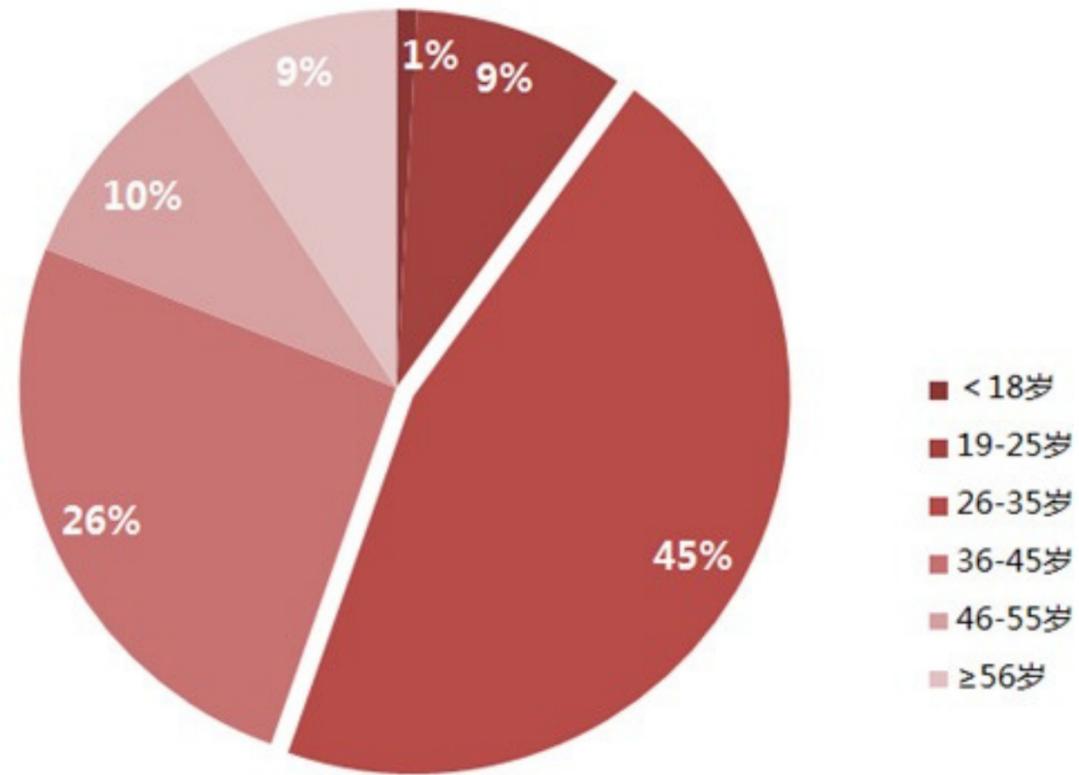
「現地で春節を過ごす」消費者の間で、より多くの人々が「ホテルで春節を過ごす」を選んだ。

同程研究院のデータによると、春節連休中に現地の宿泊予約は比較的高い割合を占め、「現地のホテルで過ごす」傾向を有する都市は北京、上海、天津、寧波、重慶、蘇州、泉州、深圳、贛州、無錫だった。

## 2.春節旅行者属性

# 春節旅行者属性（年代別）

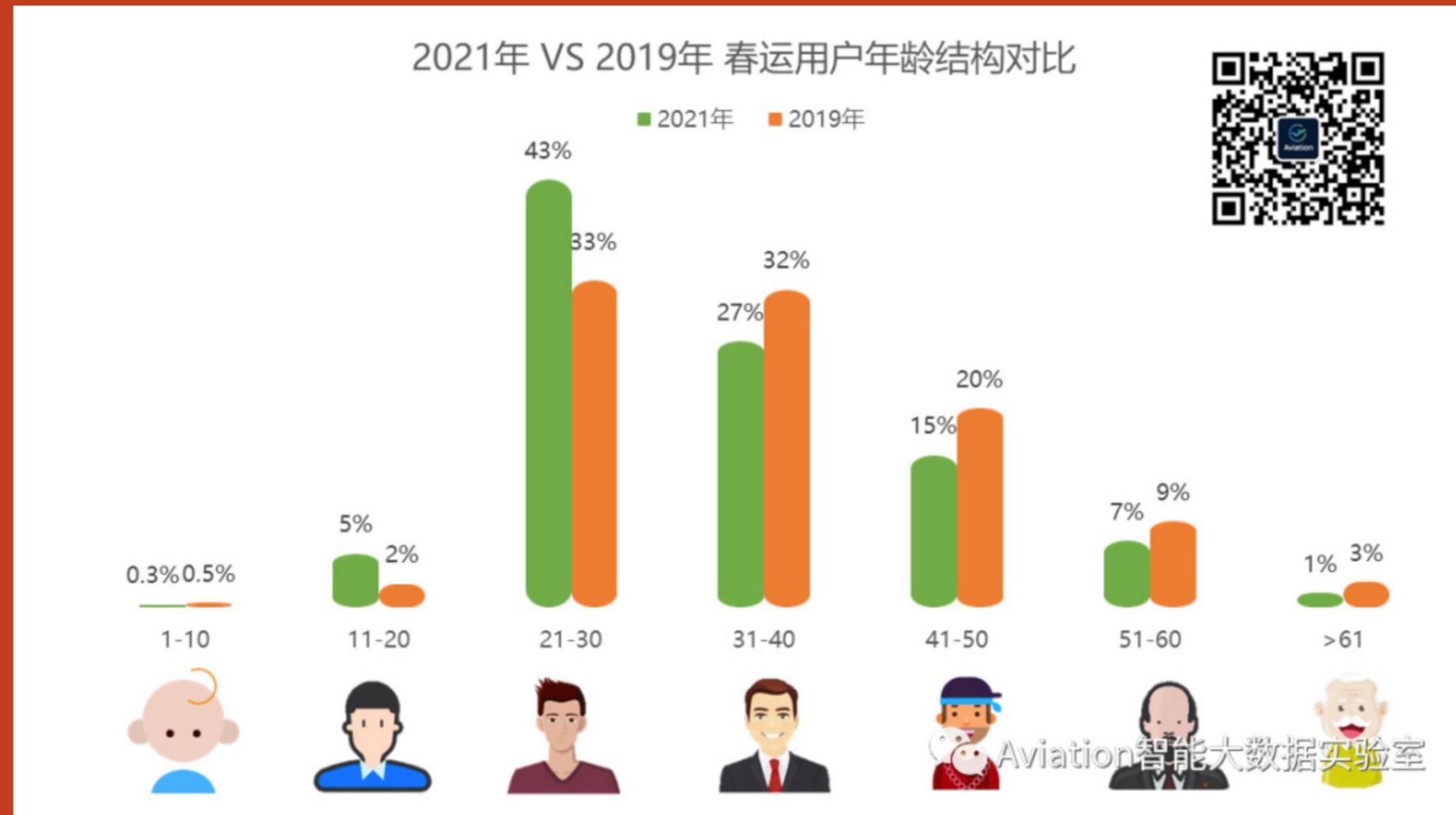
## 春节预订客群年龄分布



春節期間中の予約者の年齢分布から判断すると、26~45歳の観光客が最も多く、71%に達した。経済的に独立し、新しい体験を好む中高年層の顧客は春節旅行の主力となった。19~25歳・46~55歳および56歳以上の年齢層の顧客は、ほぼ同じぐらゐの割合を占めた。

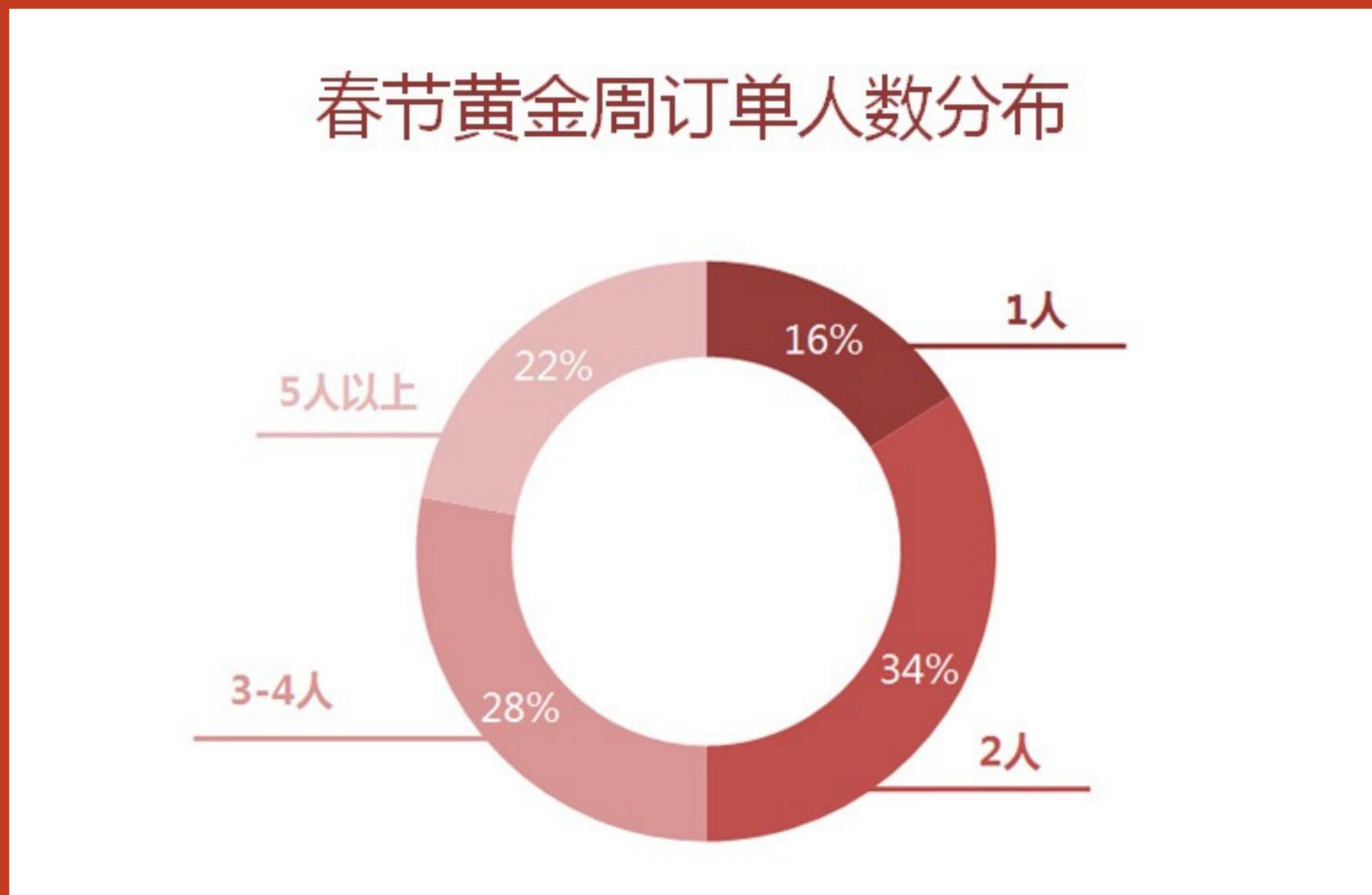
# 春節旅行者属性（年代別）

特に、1990年代以降生まれの旅行者が最も多かった。新型ウィルスの予防や制御状況は複雑で危機的なままであり、高齢者や小さな子どもなどは感染リスクが高く、自分で身を守ることが難しいため不要不急の旅行を控えキャンセルが相次いだ。



# 春節旅行者属性（人数別）

春節期間中に、二人組で予約がする割合が最も多く、34%に達した。  
正月三日目の2月14日がバレンタインデーだったことが理由として考えられる。



# 春節旅行者属性（居住地）

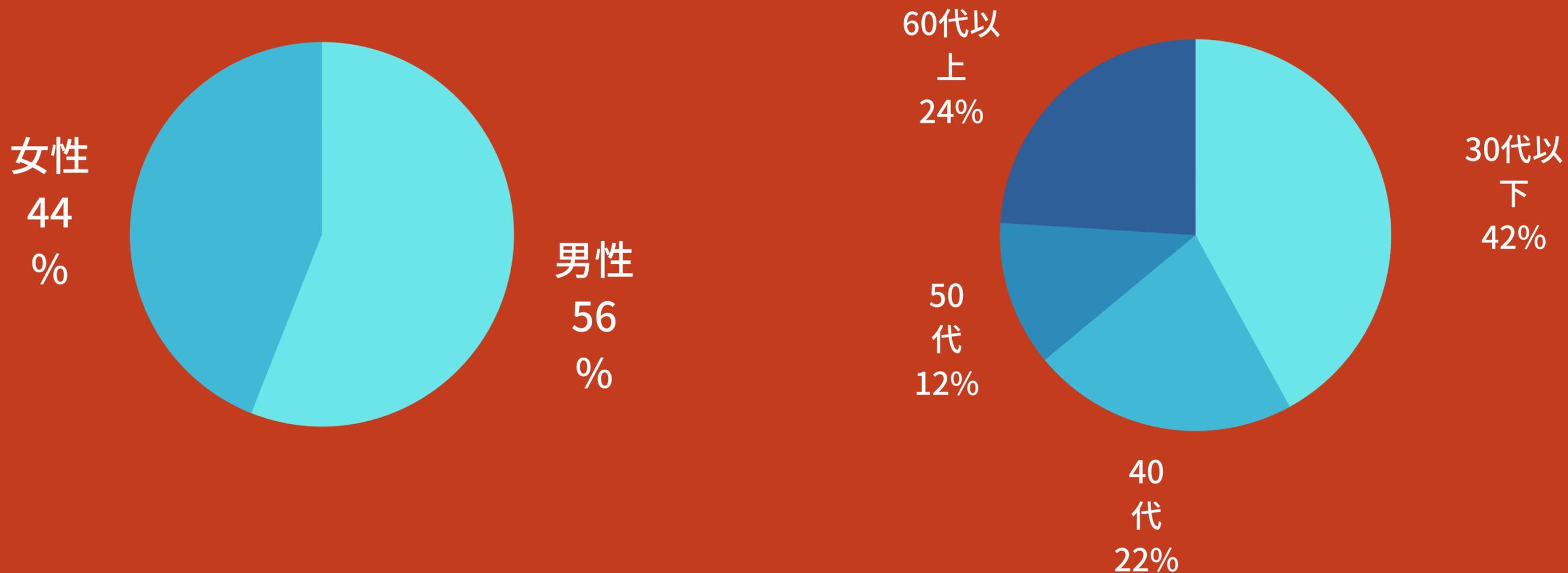
旅行へ行く人が最も多かった都市は南京・上海・北京・広州・杭州・天津・深圳・成都・武漢・瀋陽であり、春節連休中の旅行ニーズが特に高くなった。

## 春节黄金周客源地TOP10

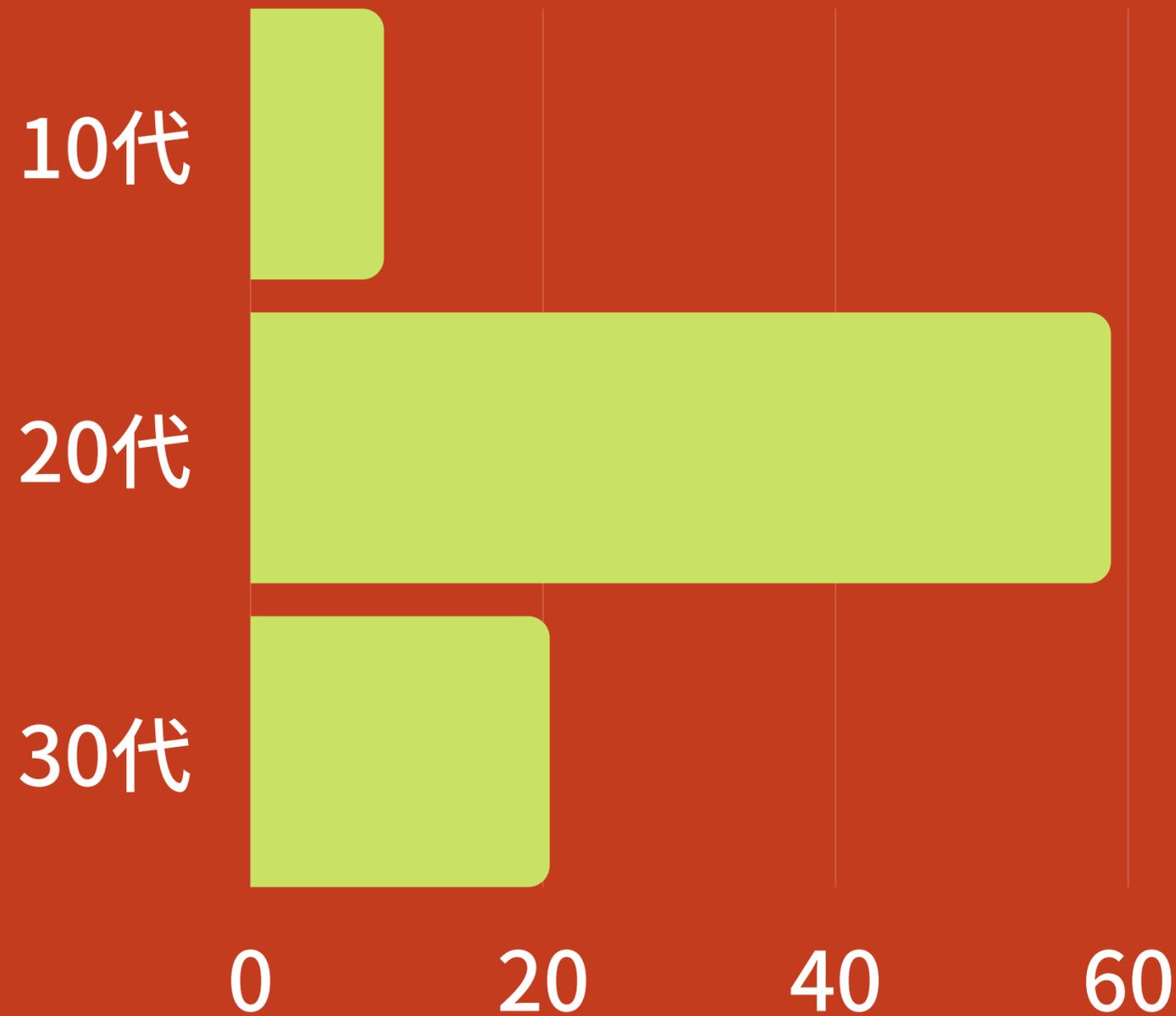


# 交通利用者の割合（性別・年代別）

春節期間中、男性旅行者の割合は56%を占め、女性旅行者の44%だった。  
年代別で見ると、30代以下が最も多く42%を占め、30代の22%、40代の12%と続いた。



# 宿泊利用者の割合（年代別）



携程(Ctrip)経由でホテルを予約した顧客を年齢別で見ると、「20代」が58.79%と最も多く、全体の半数を占めた。

次に「30代」の20.42%、「10代」の9.09%と続いた。

# 3.春節旅行トレンド

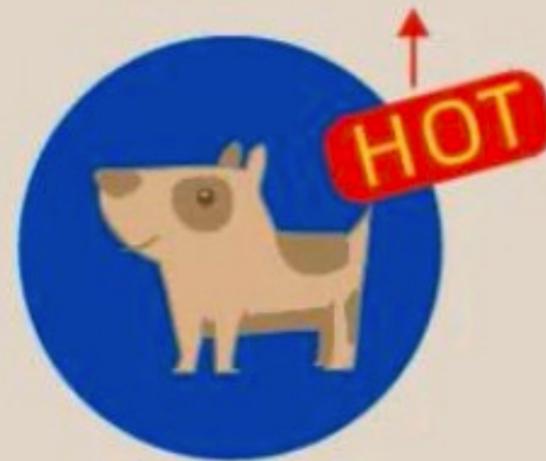
# 別荘貸切ホームパーティ

e-Sportsなどのゲーム設備を有するホテルやペットが飼える民宿、1軒家ホームパーティー用別荘の人気の気が30%-100%増加した。

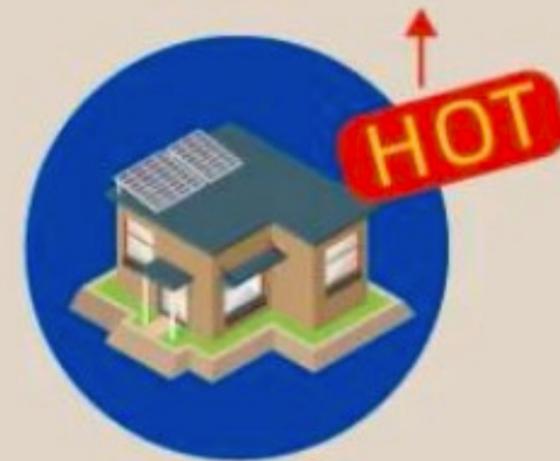
电竞酒店、宠物民宿、包栋型轰趴别墅客单价涨幅区在30%-100%



电竞酒店



宠物民宿



包栋型轰趴别墅

# ドライブ旅行

順位←	都市←
1←	三亚←
2←	海口←
3←	成都←
4←	上海←
5←	昆明←
6←	重庆←
7←	西安←
8←	北京←
9←	大理←
10←	广州←

春節期間中のレンタカーを利用したドライブ旅行で最も人気の都市は、三亚だった。

携程(Ctrip)レンタカーのデータによると、2021年のレンタカーを利用した現地旅行数の割合が大幅に増加し、2019年の同時期と比較して82%増えた。

1日のレンタカー予約台数増加率は43%に達し、支出も伸び続け、平均支出は1700元以上だった。

# オンラインツアー



飞猪：大晦日の夜に楽山大仏を見に行く「年越し直前の滑り込み観光」、味香寺の非伝統的な大晦日の夕食など旅行ライブ視聴率は前年比1000%近く上昇した。

同程旅行(Tongcheng)：「ご当地年越し活動」キャンペーンを実施し、30都市以上の100近い景勝地を網羅した「観光地を巡る0元ツアー」キャンペーンを展開した。

# 総括

1. 新型コロナウイルスの影響により、鉄道・航空などの交通機関の利用は大幅減少傾向となった。
2. 「現地で春節を過ごす」の要請により、宿泊地の稼働率が増加した。
3. 大手OTA企業は、感染予防対策を施した上で様々なキャンペーンの実施など、コロナ禍の中でも工夫を凝らした施策が練られた。

# 発行者

## ENtrance株式会社

- 本社 東京都新宿区新宿5-15-14 INBOUND LEAGUE 330
- 代表 王璇 (Wang Xuan)
- 設立 2019年7月
- HP: <https://entrance-co.com>
- 連絡先: [info@entrance-co.com](mailto:info@entrance-co.com)

## 協力団体

一般社団法人日中ツーリズムビジネス協会

HP: <http://cjtc-club.com>

連絡先: [info@cjtc-club.com](mailto:info@cjtc-club.com)



Wechat