



用大数据说话 2018春节来沪游客研究报告

2018年2月

- 01. 春节期间上海旅游整体情况**
02. 春节期间上海旅游热门地区游客分析
03. 春节期间上海旅游热门景点游客分析

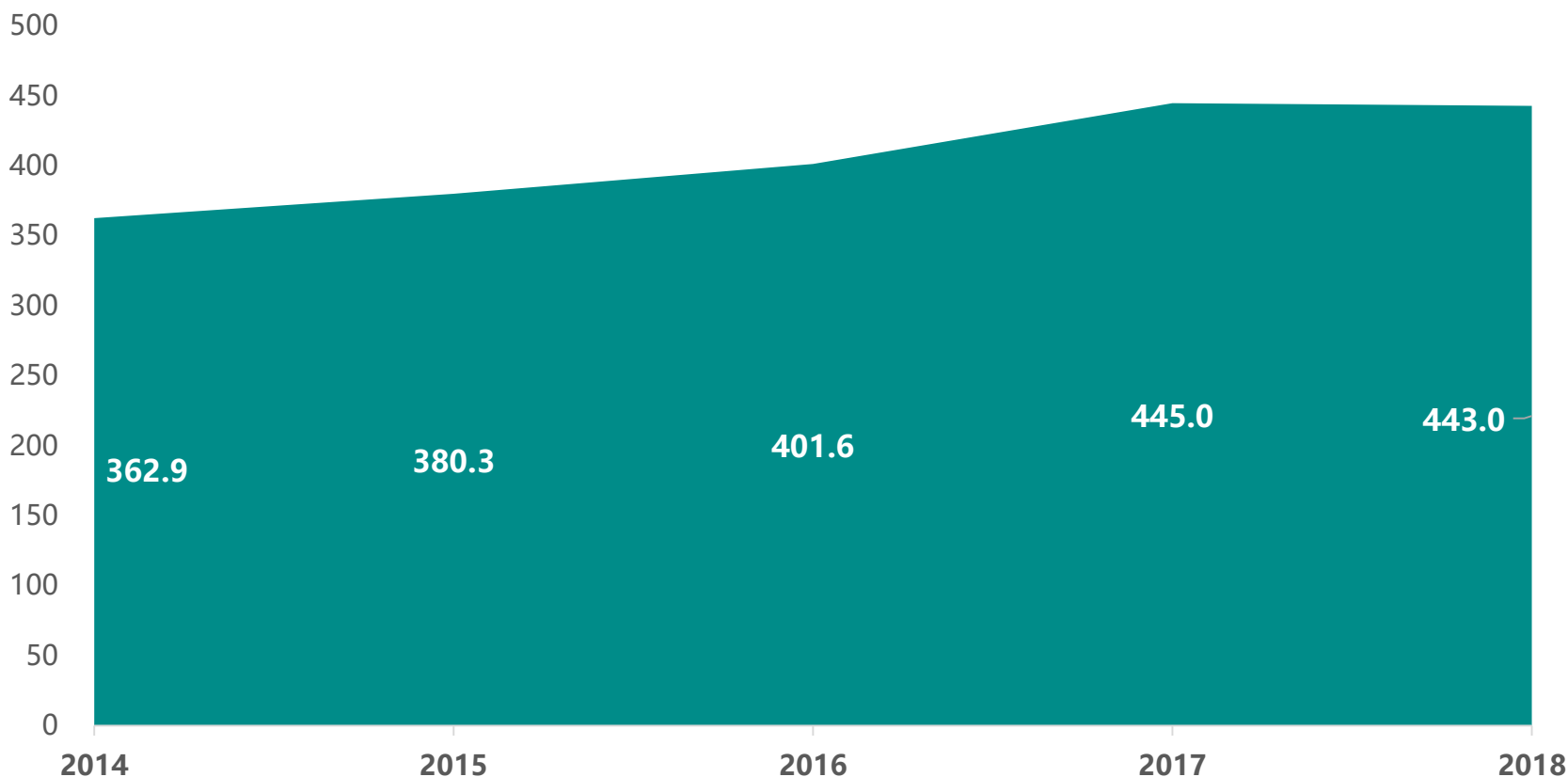
春节期间上海接待游客总量

受天气影响，春节来沪游客较去年略有下降

春节假日期间，上海市以阴雨天气为主。受弱冷空气和降雨的影响，各地来沪游客未持续近年来上涨态势，总计为443万人次，较2017年445万人次的游客接待量，略有下降。

单位：万人

2014-2018春节期间上海接待游客人次



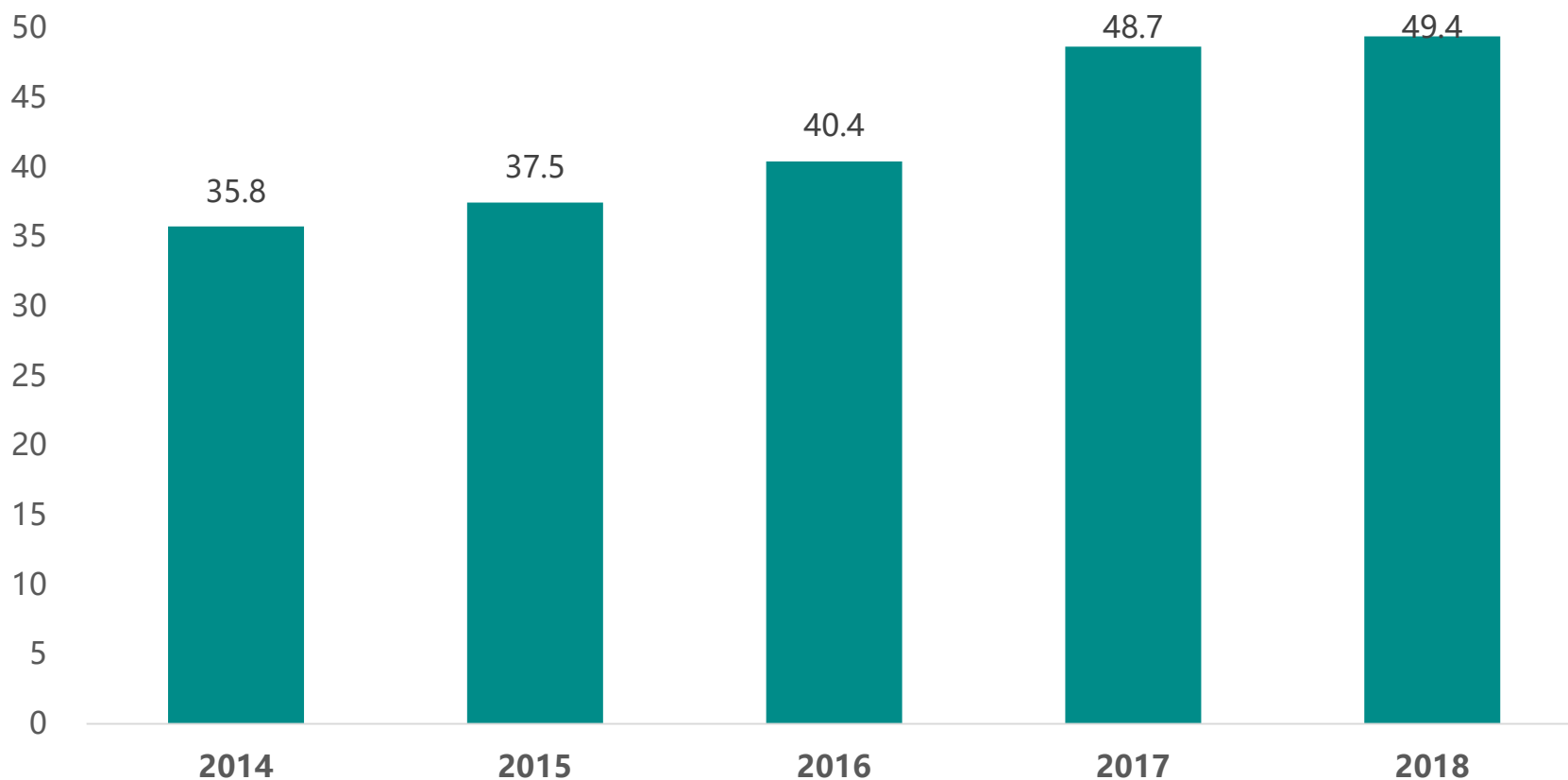
春节期间上海旅游总收入

春节期间上海旅游收入达到49.4亿，保持上升势头

虽受天气和冷空气影响，游客数量略有下降，但上海春节旅游总收入仍保持上升势头，创收接近50亿元。

单位：亿元

2014-2018年春节期间上海旅游收入

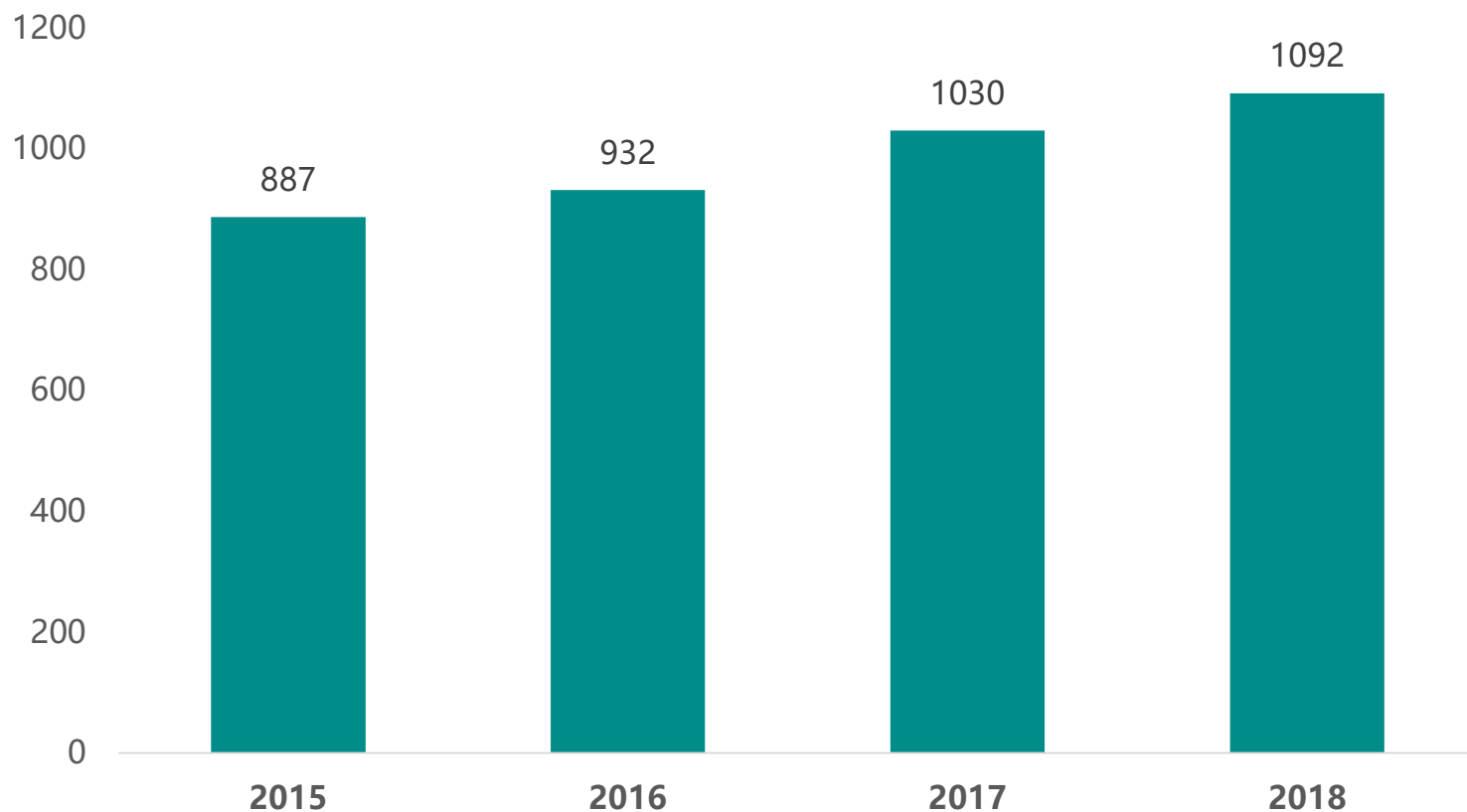


春节期间上海旅游人均消费

春节期间在沪过夜游客人均消费为1092元/人天，再次刷新历史新高

单位：元/人天

2015-2018年春节期间上海过夜游客人均消费

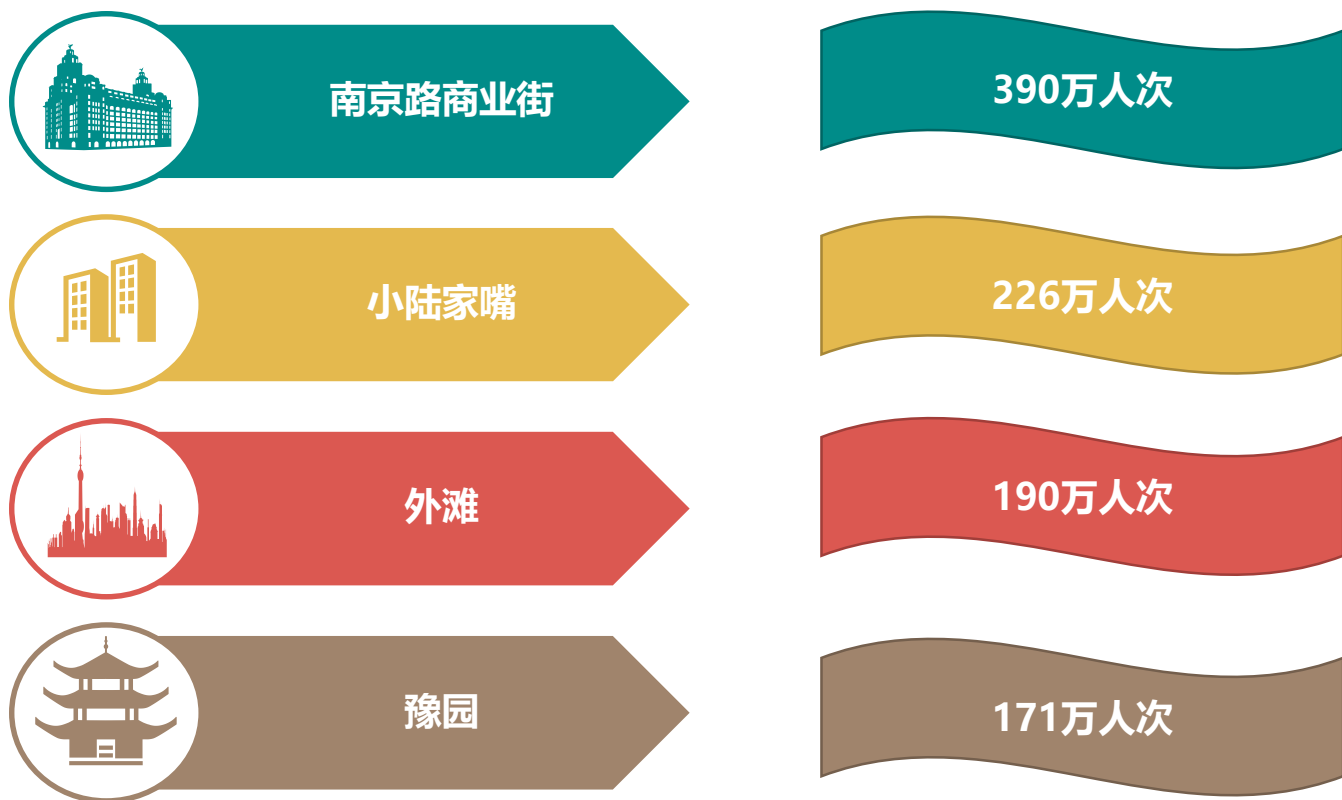


01. 春节期间上海旅游整体情况
02. 春节期间上海旅游热门地区游客分析
03. 春节期间上海旅游热门景点游客分析

春节期间上海旅游热门区域

南京路商业街、小陆家嘴、外滩和豫园是来沪游客最青睐地区，其中南京路商业街作为地标，累计接待390万人次游客

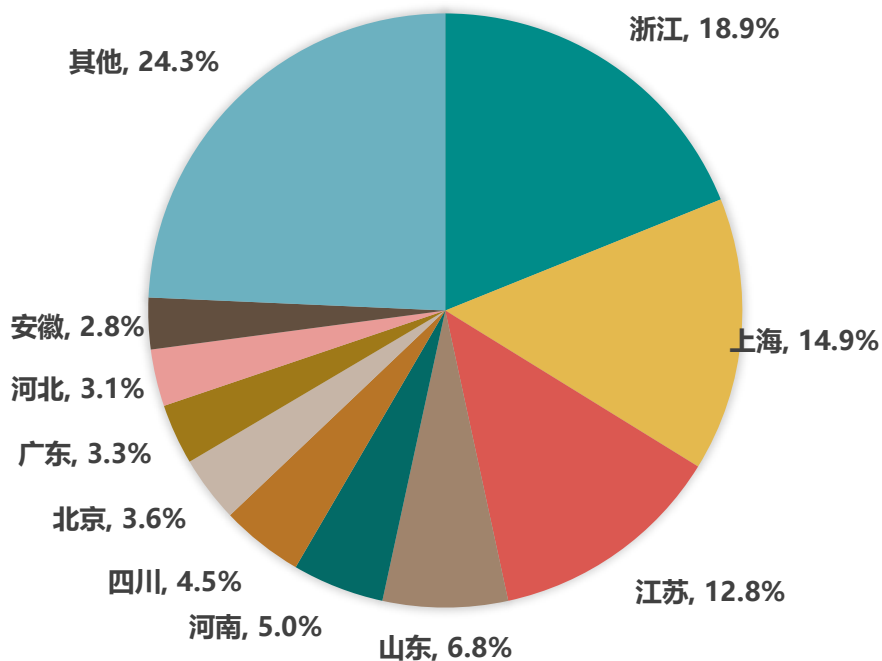
2018年春节期间上海最受游客欢迎地区



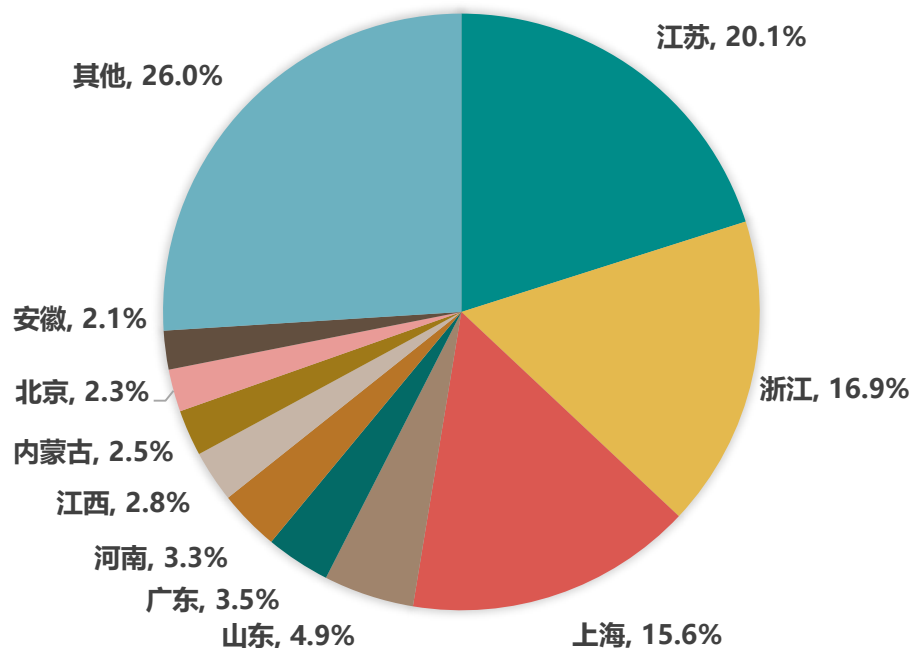
南京路商业街&豫园游客分布

南京路商业街和豫园成为来沪游客必选之地，两个景点的外省市游客数量分别占到了85.1%和84.4%

2018年春节期间南京路商业街游客来源分布



2018年春节期间豫园游客来源分布

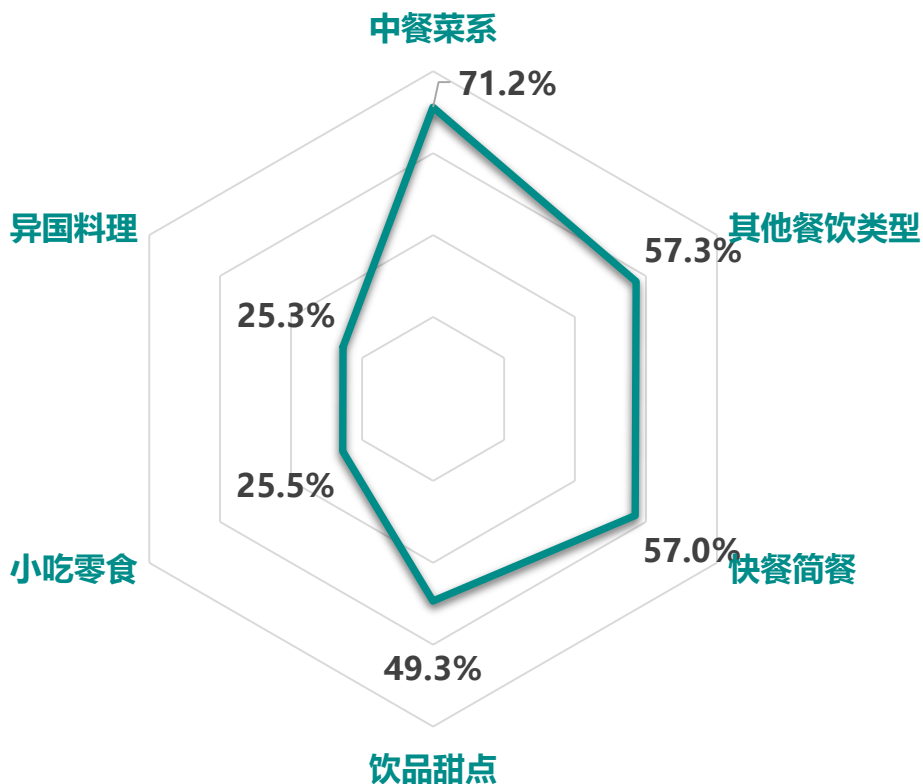


南京路商业街—餐饮

来沪游客来到南京路步行街就餐时，选择中餐菜系是主流，快餐简餐和饮品甜点也受青睐

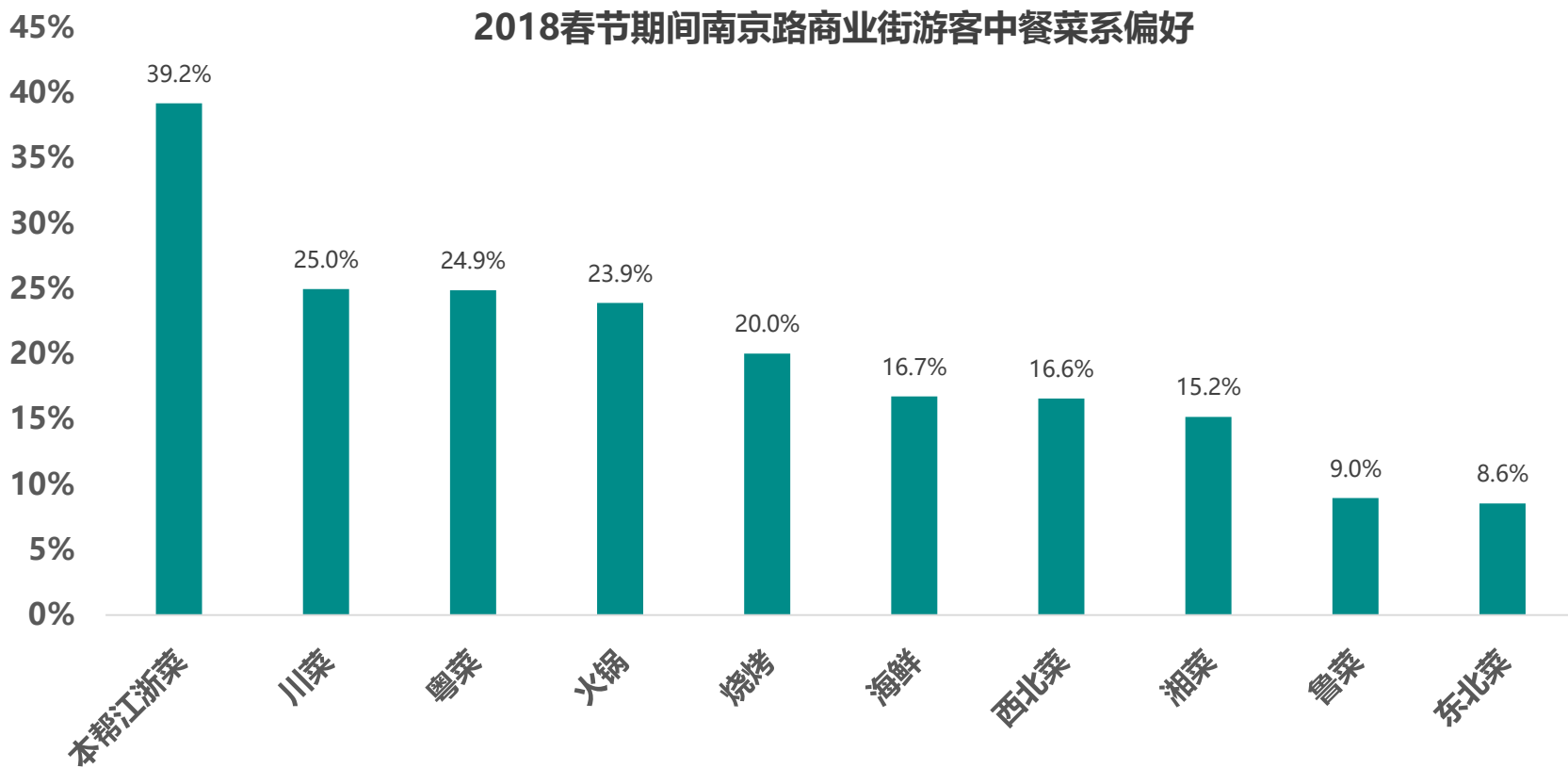


2018春节期间南京路商业街游客就餐类型偏好



南京路商业街—餐饮

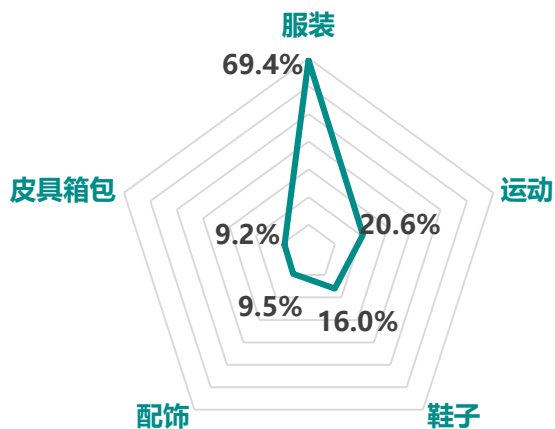
本帮菜是来沪游客首选，其次是川菜、粤菜和火锅，北方菜系主要是西北菜、鲁菜和东北菜



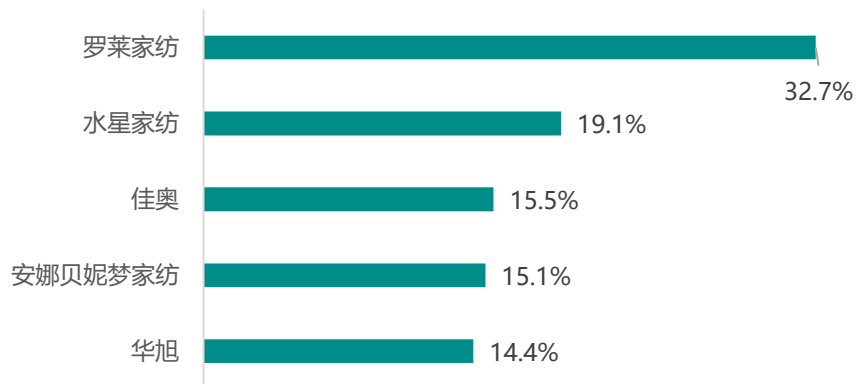
南京路商业街—购物

主要购物偏好为服装、家纺、生活日用品等品类

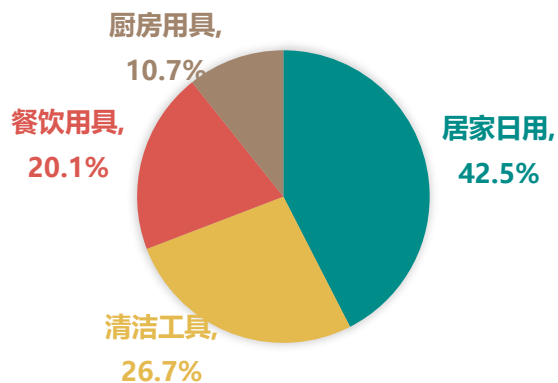
南京路商业街游客服装类偏好分布



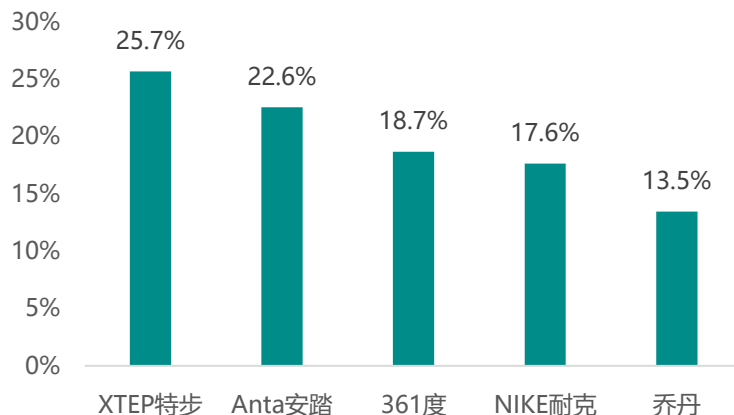
南京路商业街游客家纺品牌偏好TOP5



南京路商业街游客生活日用品类偏好分布



南京路商业街游客运动户外品牌偏好TOP5

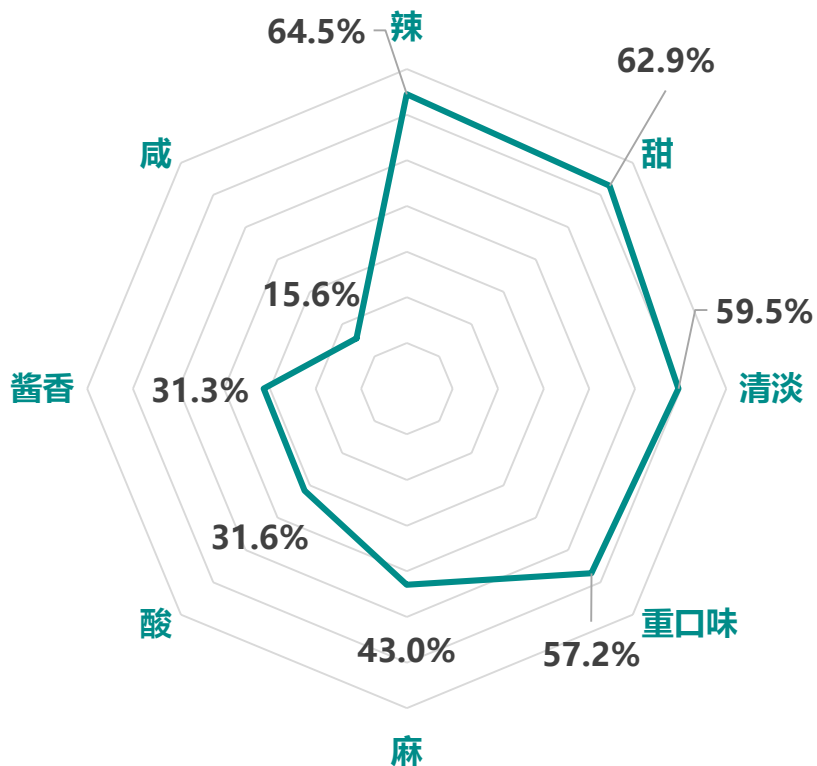


Source : MobData

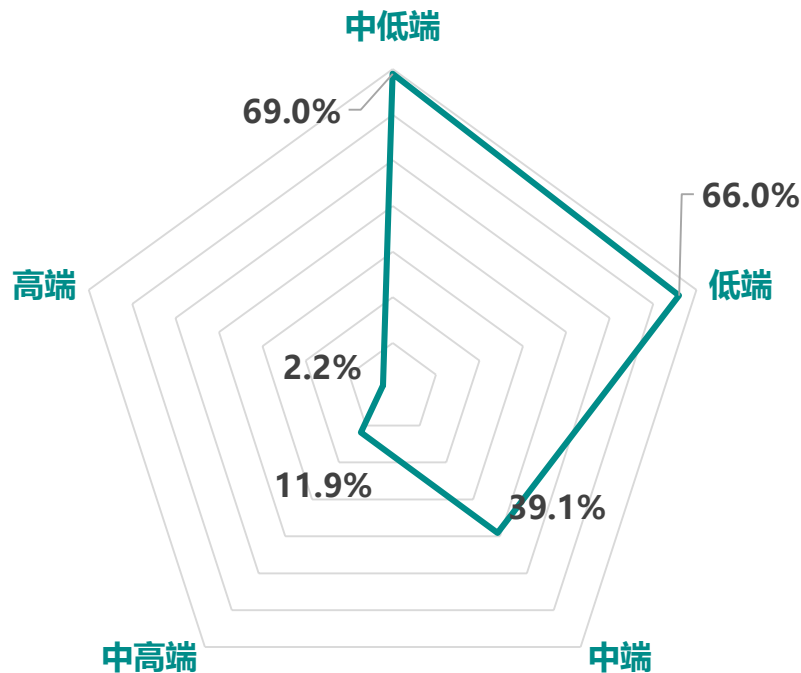
口味偏好辣和甜，价格以中低端为主

以经营各种上海风味小吃知名，在城隍庙美食街这一带，甚至可称得上是小吃的王国，绿波廊的特色点心、松月楼的素菜包、松云楼的八宝饭、南翔小笼、宁波汤团和酒酿圆子等，都是游上海不可错过的美味小点。

2018春节期间豫园游客口味偏好

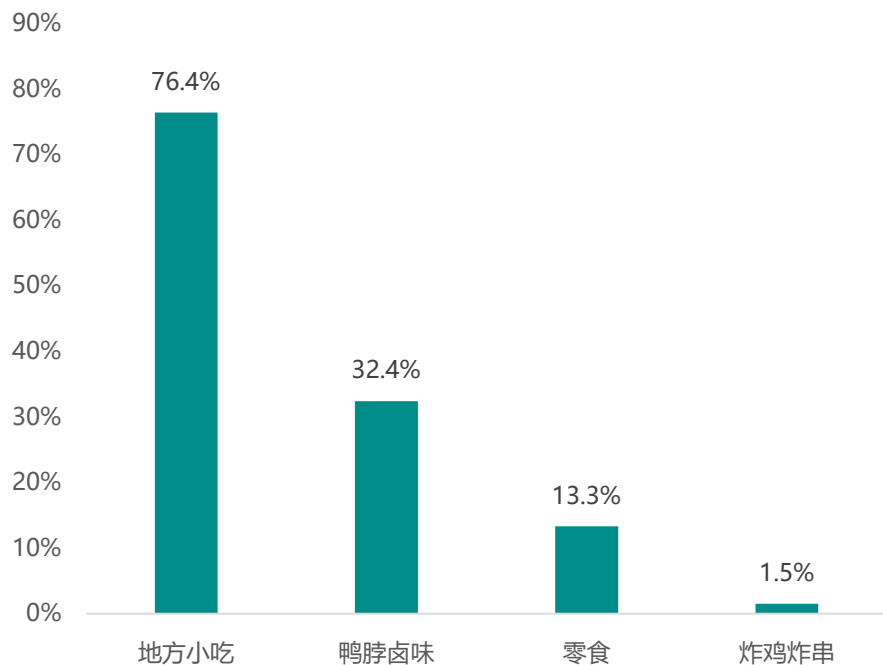


2018春节期间豫园游客价格偏好



小吃零食是城隍庙的一大特色，除了本土特色的小吃，在城隍庙这一带还洋溢着来自各地不同的特色滋味

豫园受欢迎小吃零食类型比例



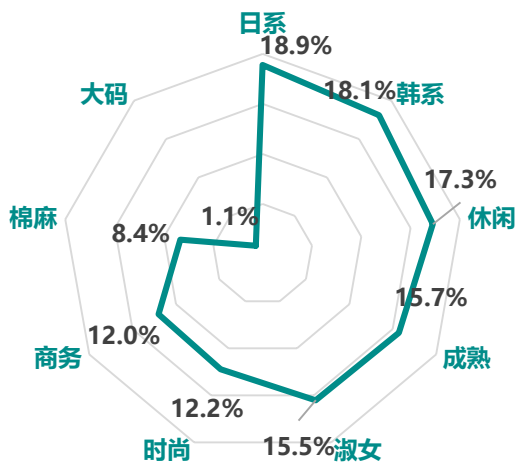
豫园受欢迎小吃零食类商家TOP10



豫园—购物

购物偏好服装和配饰，女性偏好日系韩系风，男装偏好休闲装，配饰品类则主要以黄金珠宝为主

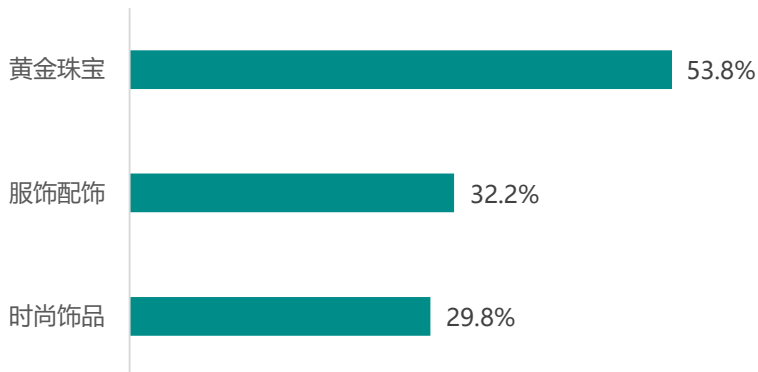
豫园游客女装风格偏好



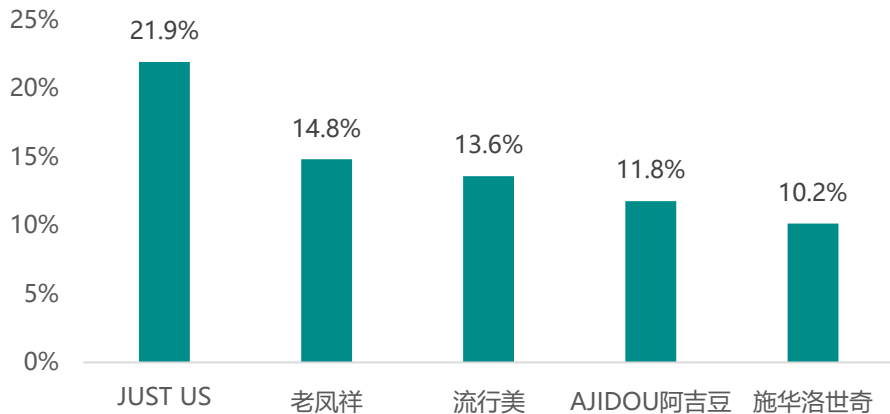
豫园游客男装风格偏好



豫园游客配饰品类偏好



豫园游客配饰品牌偏好TOP5



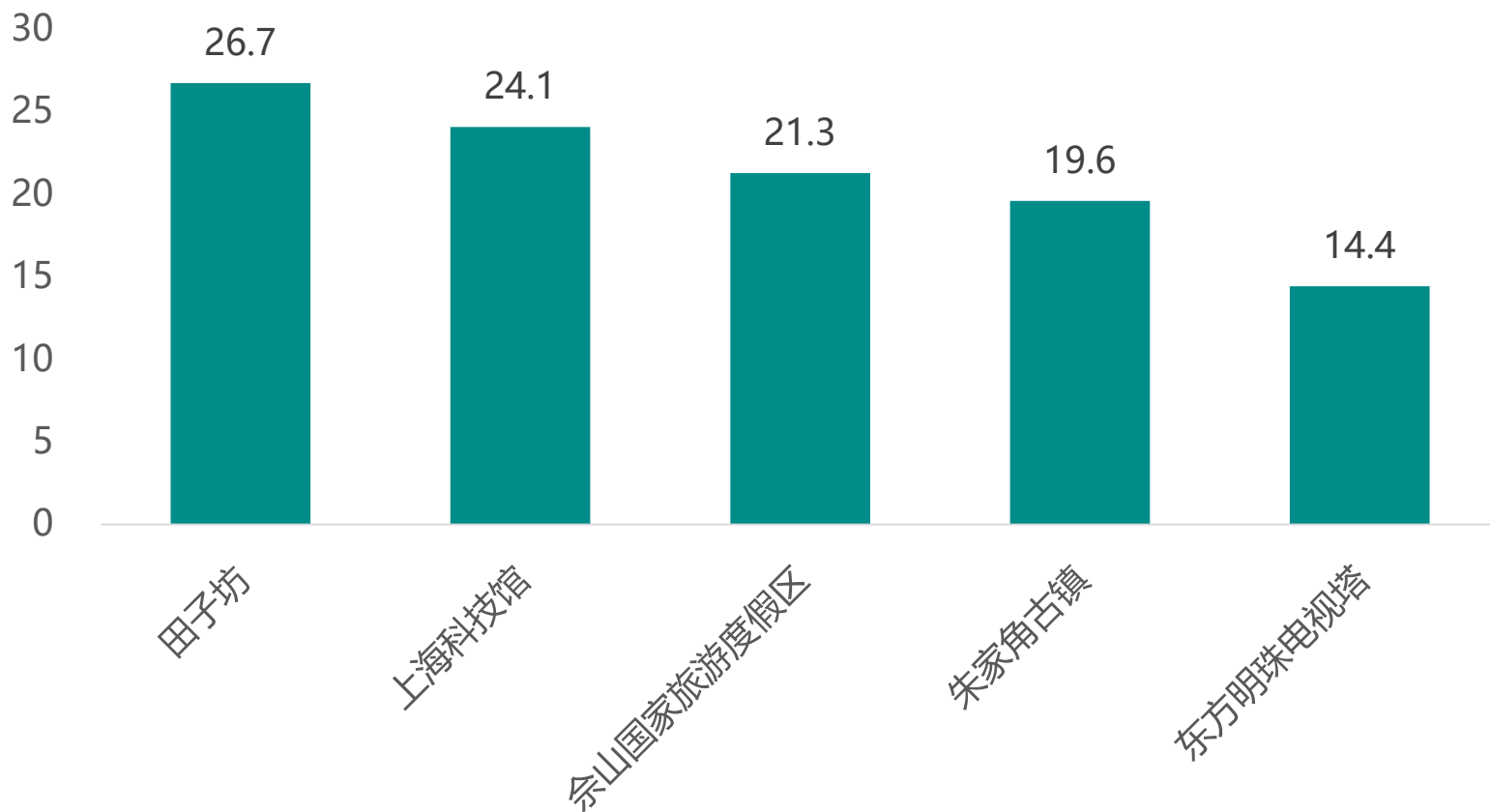
01. 春节期间上海旅游整体情况
02. 春节期间上海旅游热门地区游客分析
03. 春节期间上海旅游热门景点游客分析

春节期间上海旅游热门景点TOP5

田子坊以26.7万累积旅游人次成为最受欢迎景点，其次是上海科技馆和佘山国家旅游度假区

单位：万人

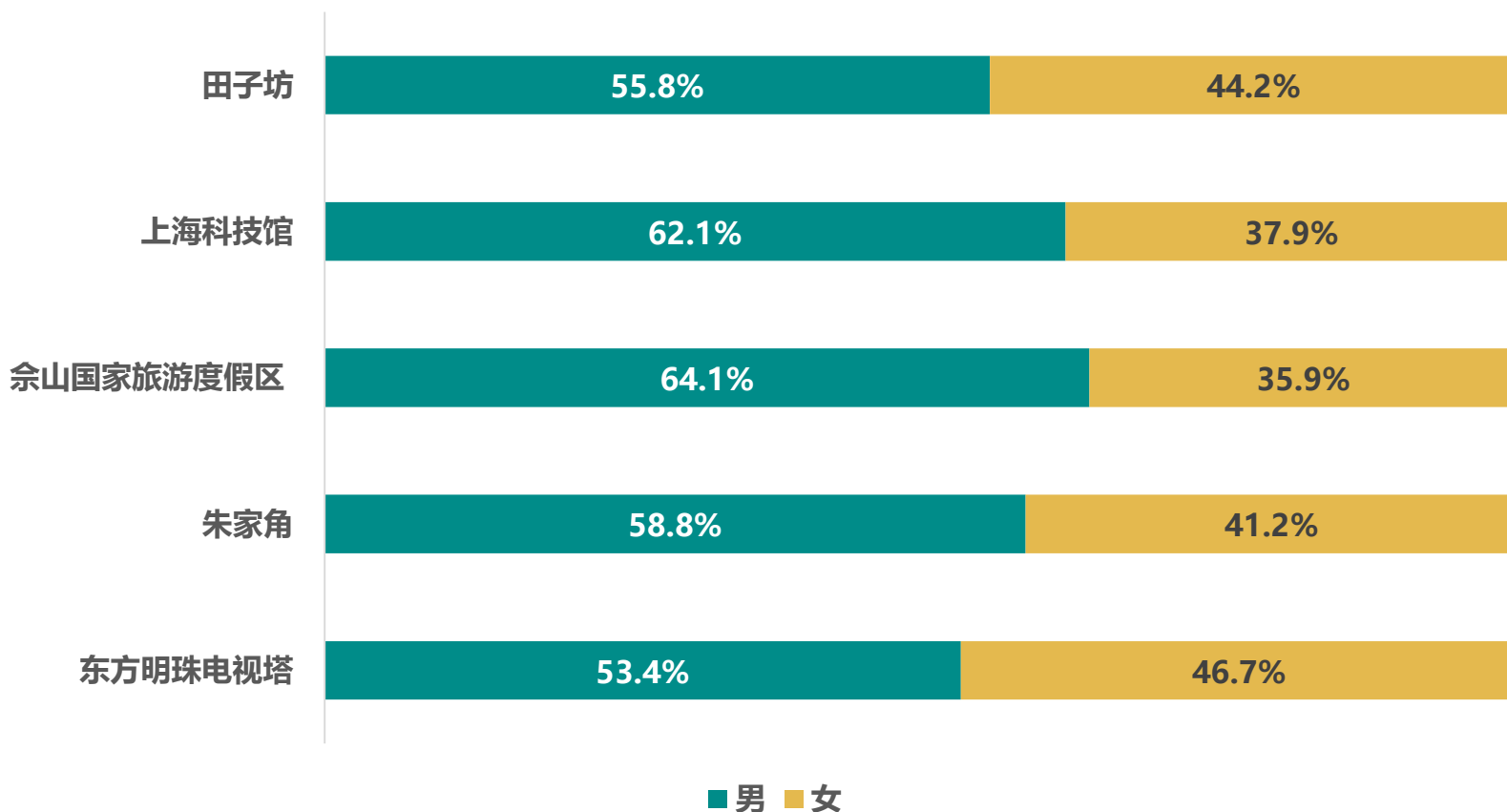
2018年春节期间上海景区累积接待游客人次TOP5



TOP5景点性别分布

基本男女持平，男性略多，东方明珠电视塔、田子坊吸引女性，佘山与上海科技馆男性比例更高

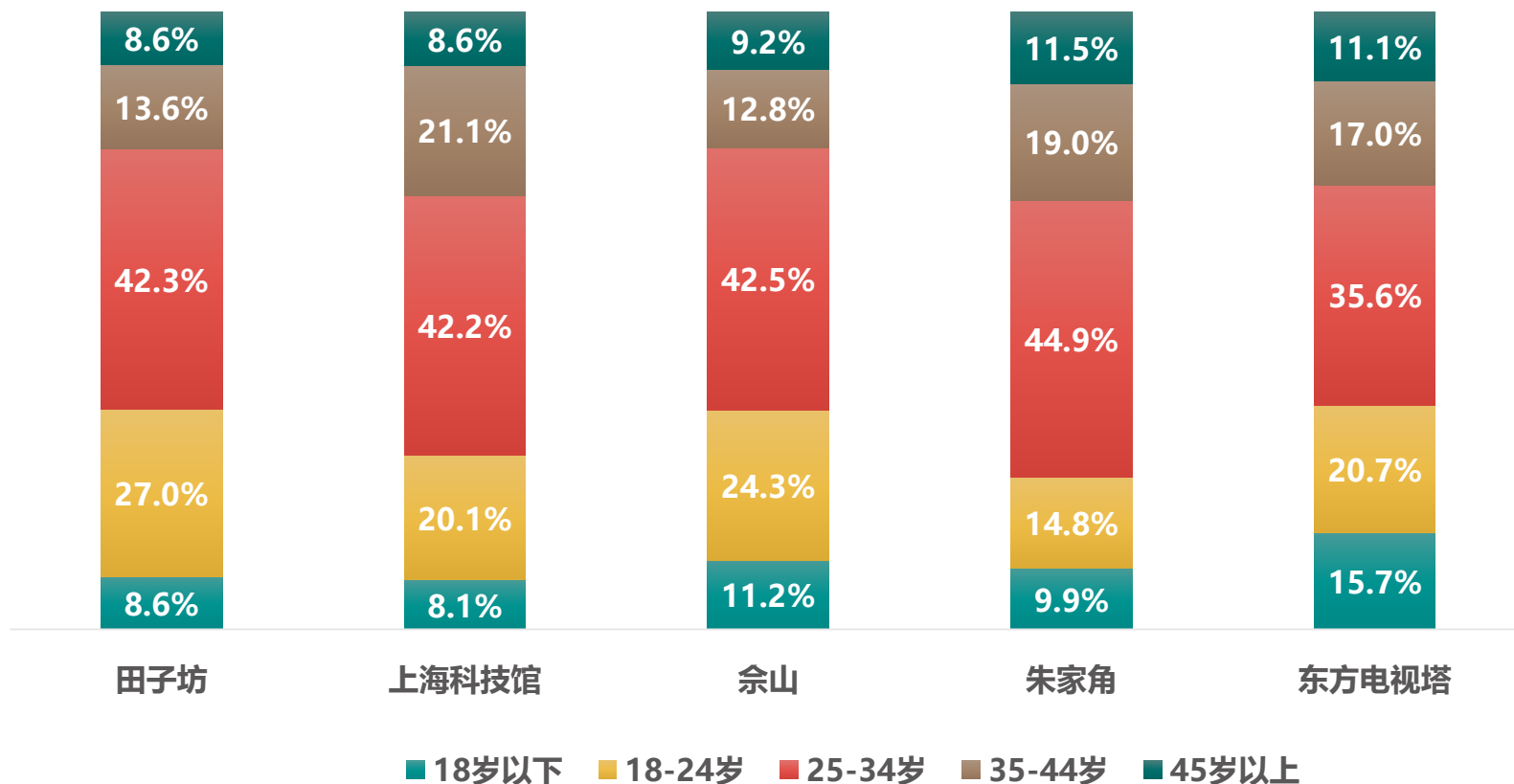
2018春节期间上海热门景区TOP5性别分布



TOP5景点年龄分布

25-34岁是出游主流，上海科技馆更吸引35-44岁游客，18-24岁则喜欢田子坊的小资情调与佘山的自然风光

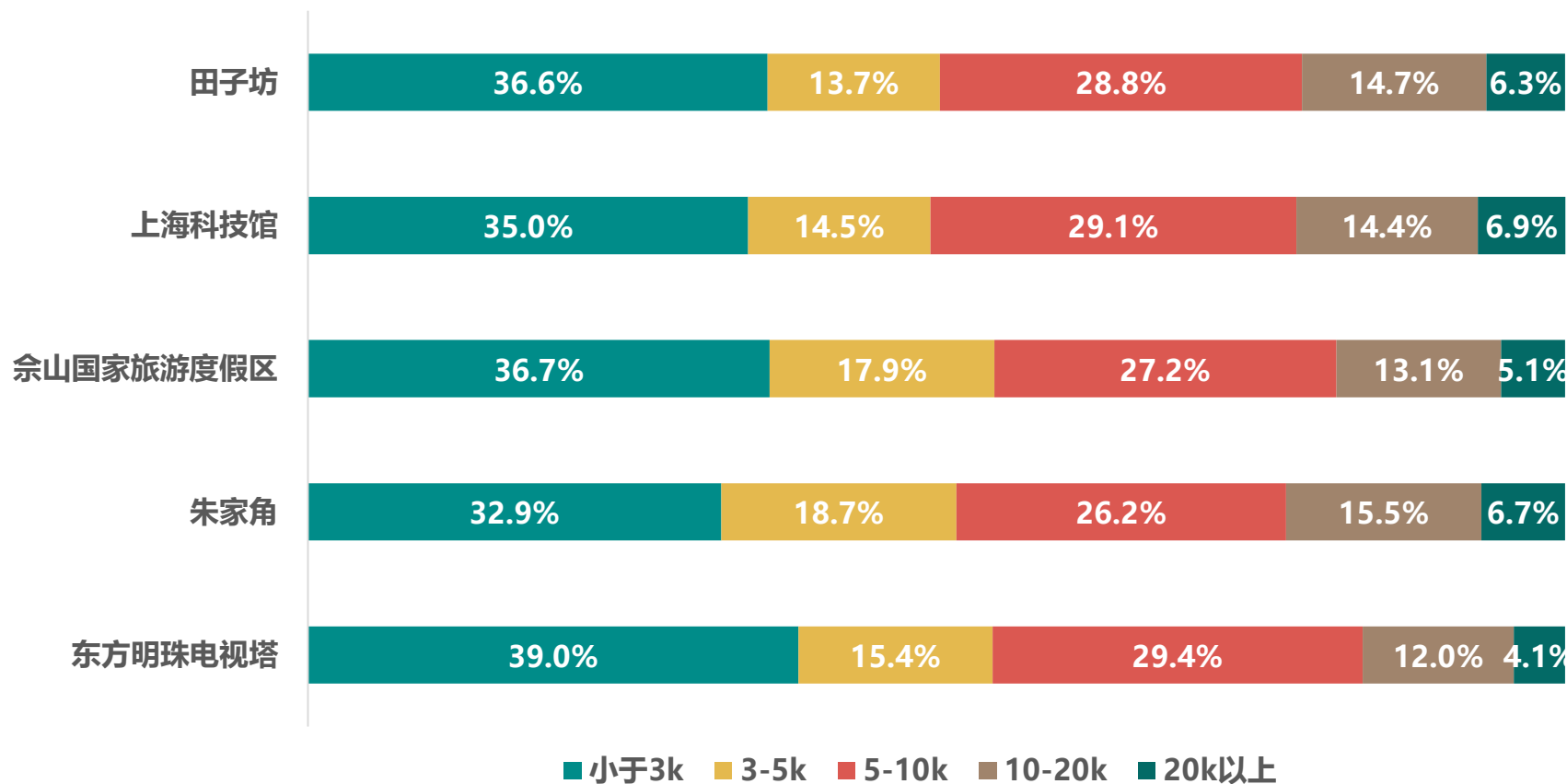
2018春节期间上海热门景区TOP5年龄分布



TOP5景点收入分布

中低收入比例近五成，上海科技馆、朱家角的游客普遍收入较高

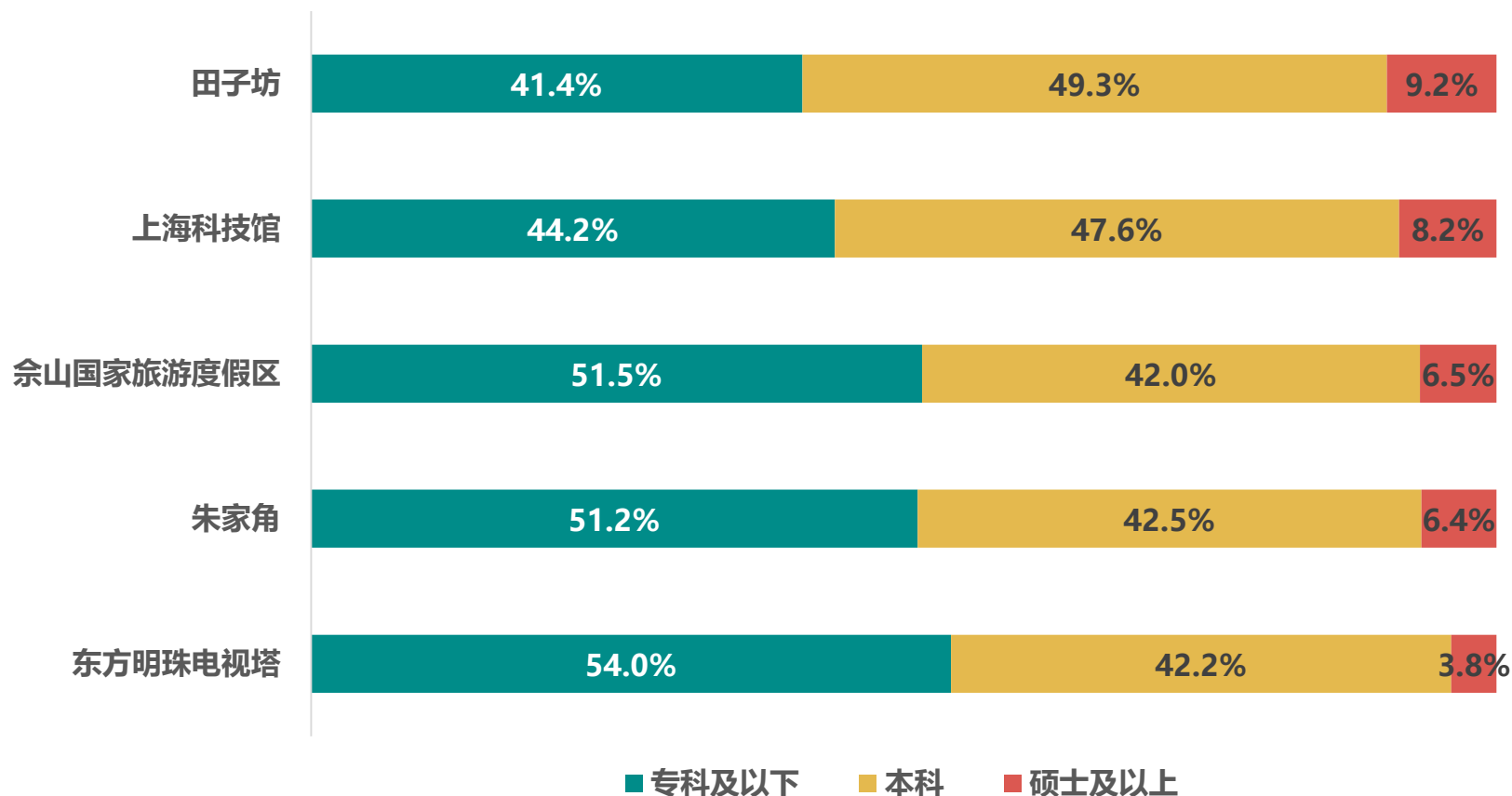
2018春节期间上海热门景区TOP5收入分布



TOP5景点学历情况

田子坊和上海科技馆游客学历偏高，东方明珠电视塔游客低学历较多

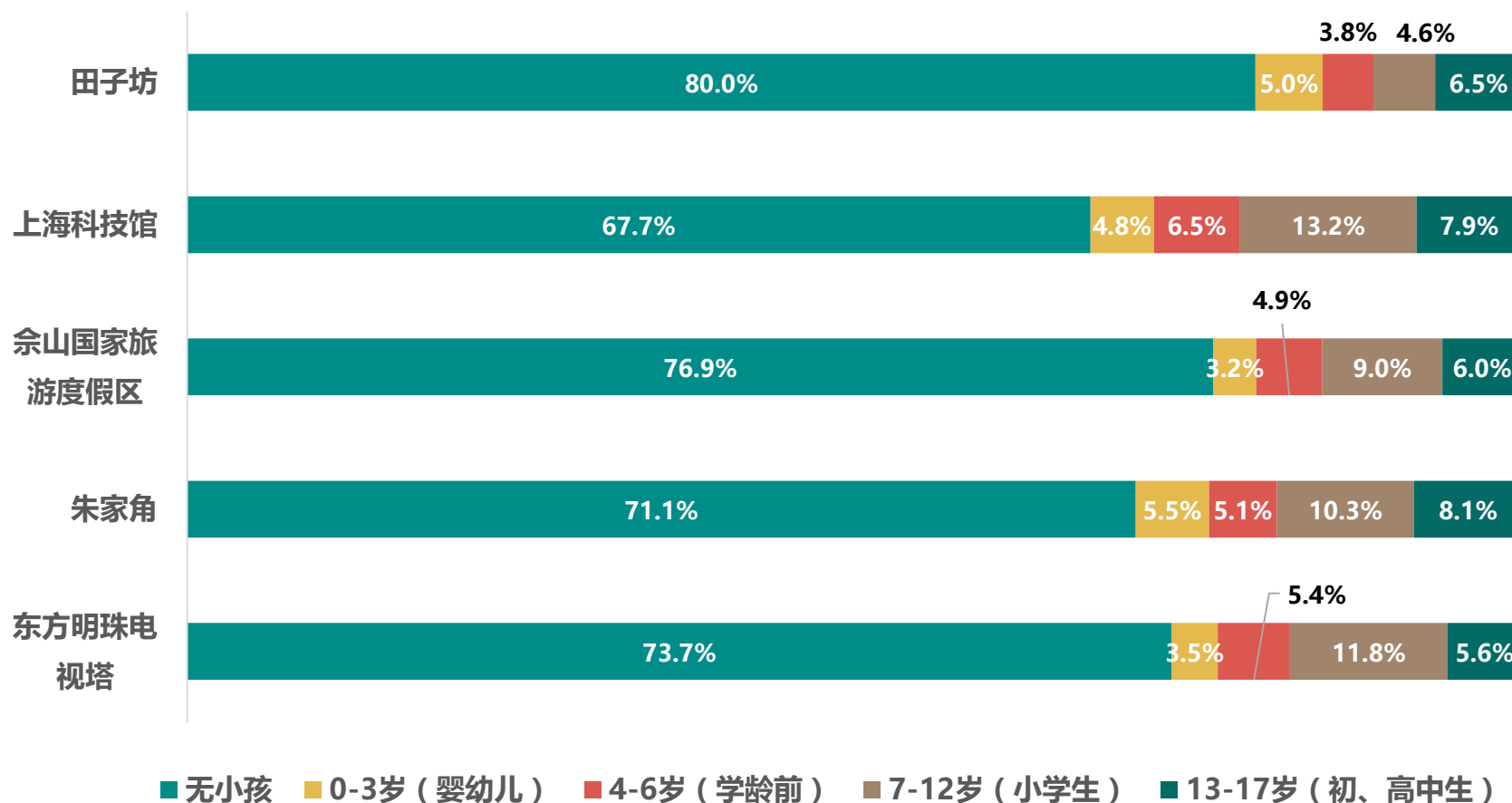
2018春节期间上海热门景区TOP5学历情况



TOP5景点有孩情况

普遍无孩，田子坊游客无孩比例达到八成，上海科技馆相比有孩比例最高

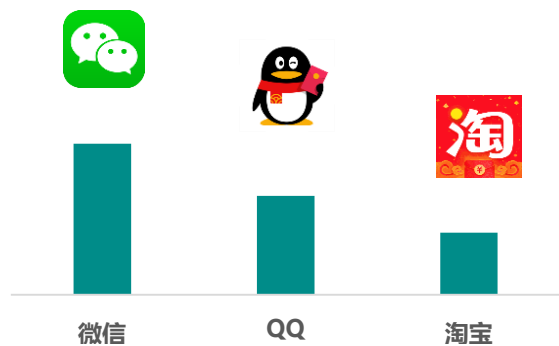
2018春节期间上海热门景区TOP5有孩情况



TOP5景点游客媒介偏好

除微信、QQ和淘宝雄踞前三，景区游客其他偏好App各有差异

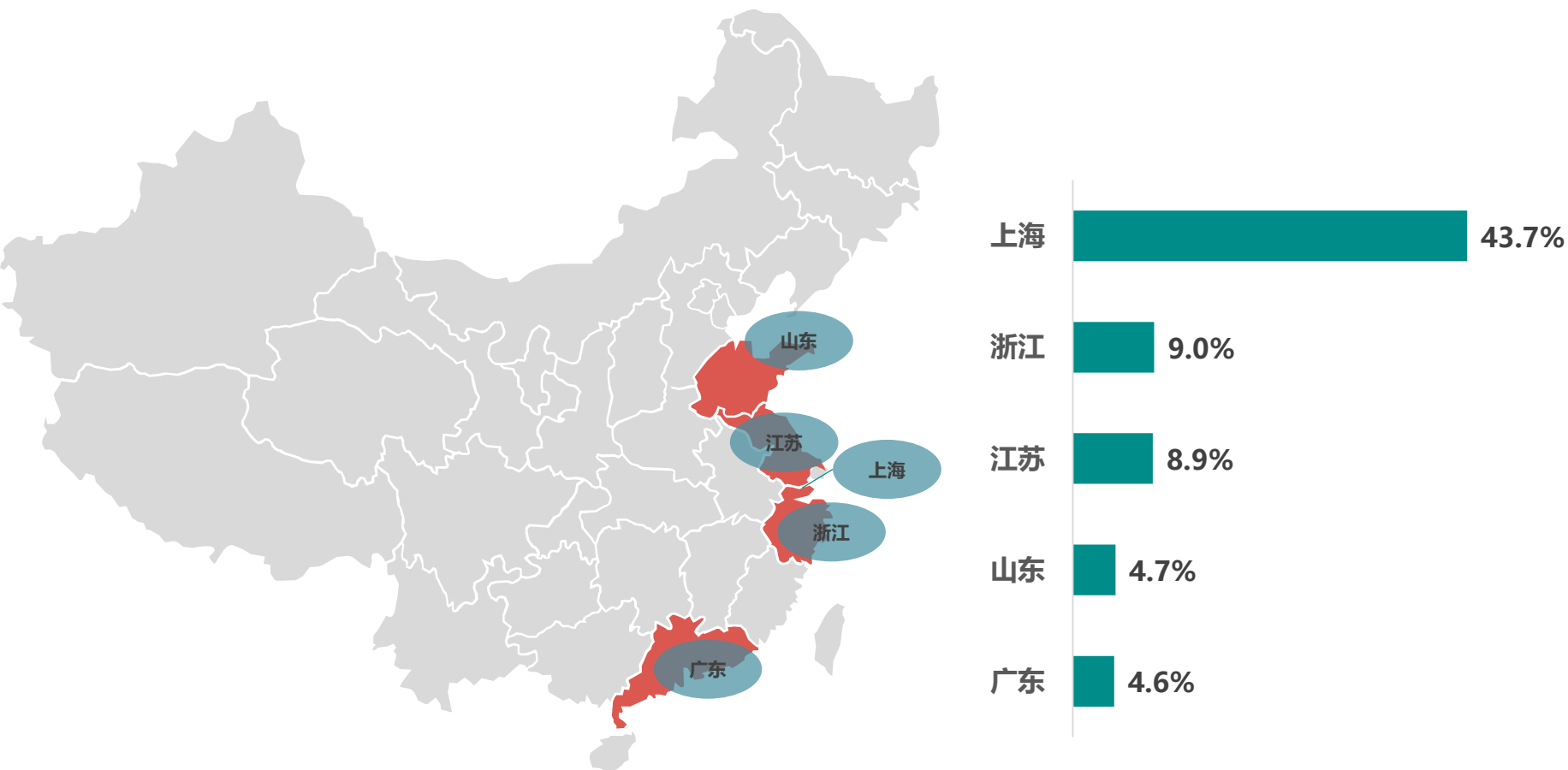
除了微信、QQ和淘宝三大巨头之外，田子坊游客喜欢刷微博，上海科技馆游客关注高德地图，爬佘山的则偏爱应用宝，朱家角游客喜欢爱奇艺和今日头条，东方明珠电视塔的游客则是抖音的爱好者。



田子坊客群来源

除了江浙沪游客之外，山东与广东游客较多

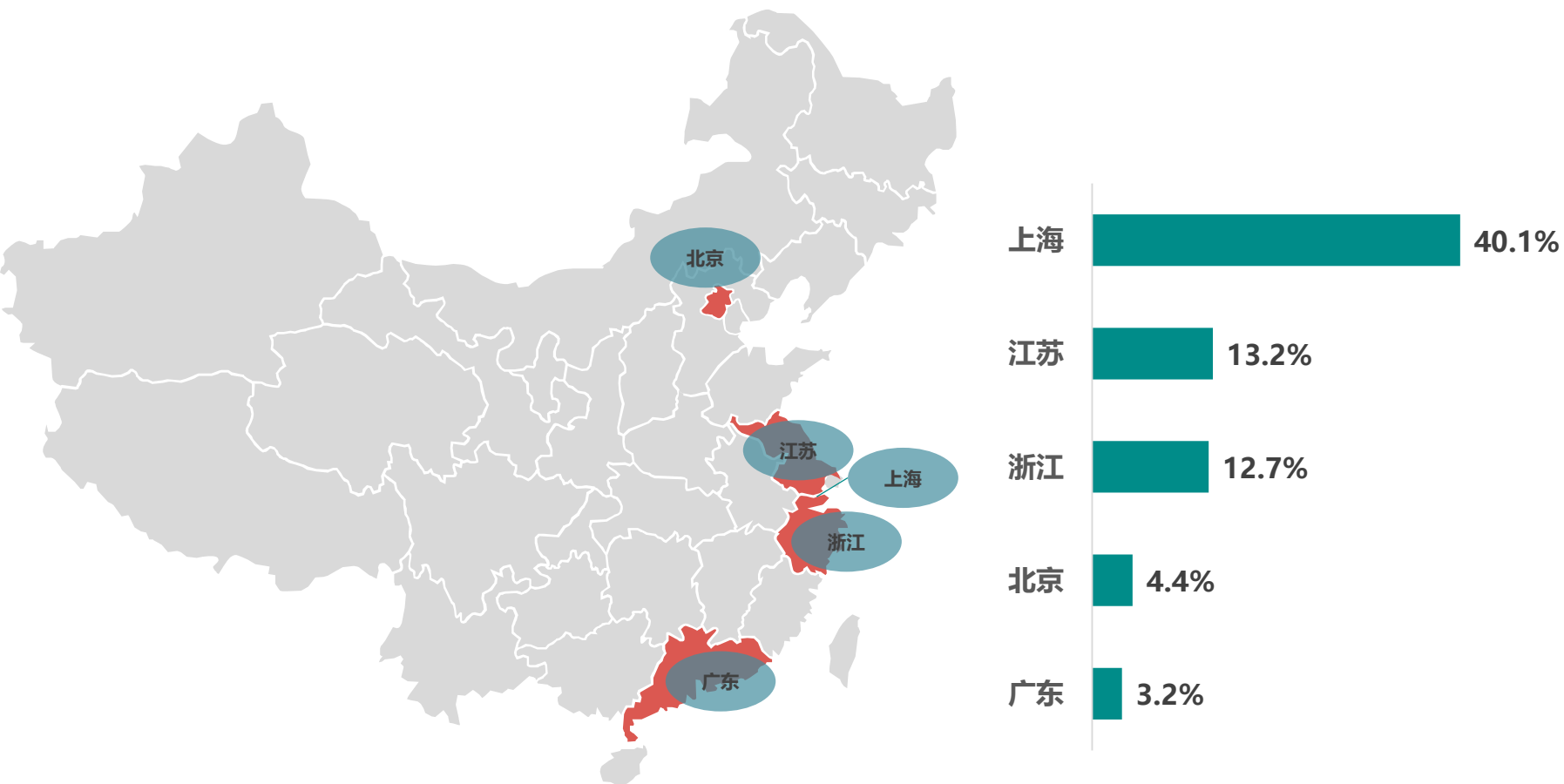
2018春节期间田子坊客群来源TOP5



上海科技馆客群来源

除了江浙沪游客之外，北京与广东游客较多

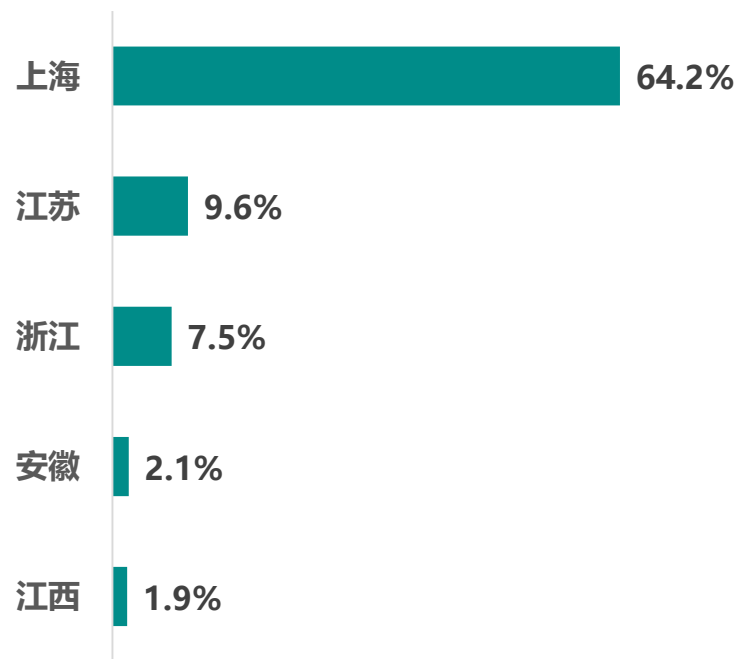
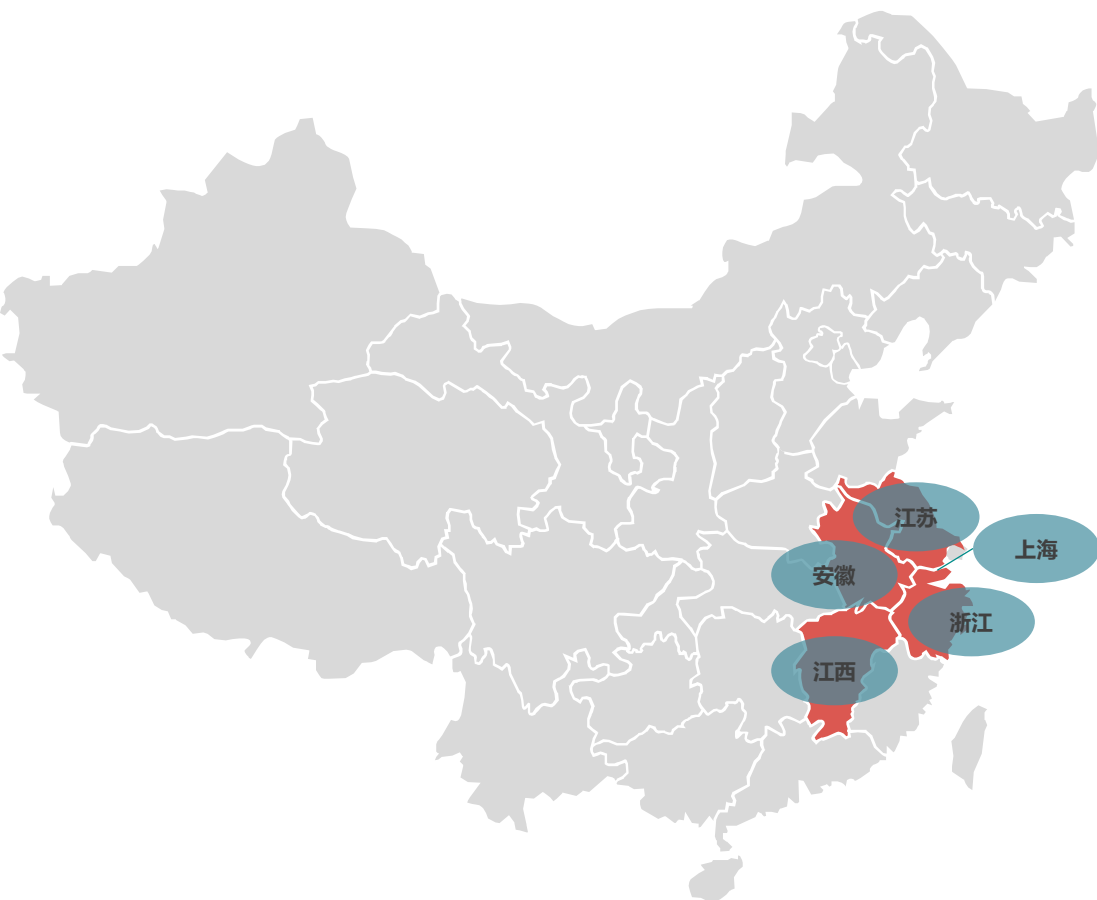
2018春节期间上海科技馆客群来源TOP5



佘山国家旅游度假区客群来源

主要集中在上海周边地区，上海本地客群超过六成

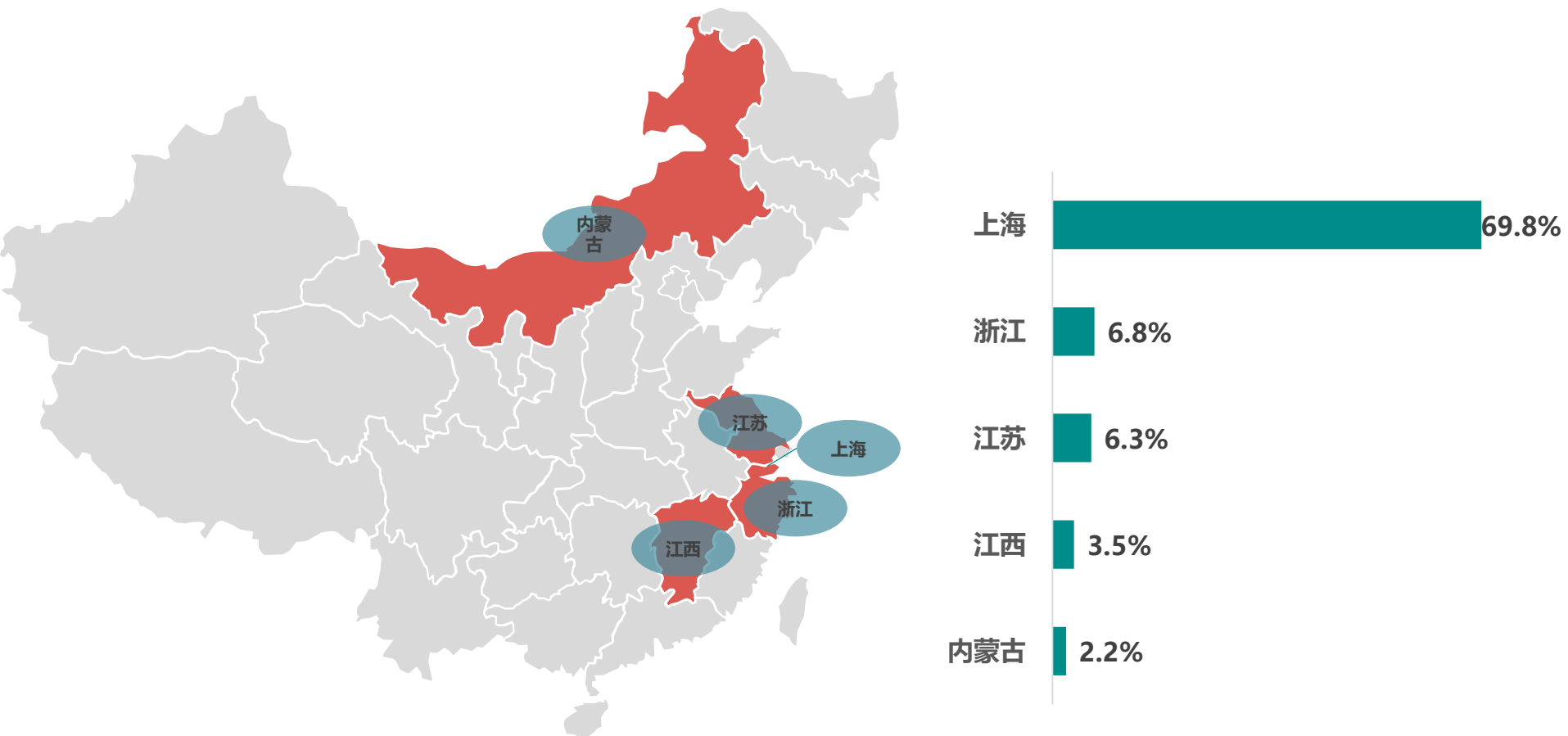
2018春节期间佘山国家旅游度假区客群来源TOP5



朱家角客群来源

除了大部分江浙沪地区游客之外，吸引了一部分内蒙古游客

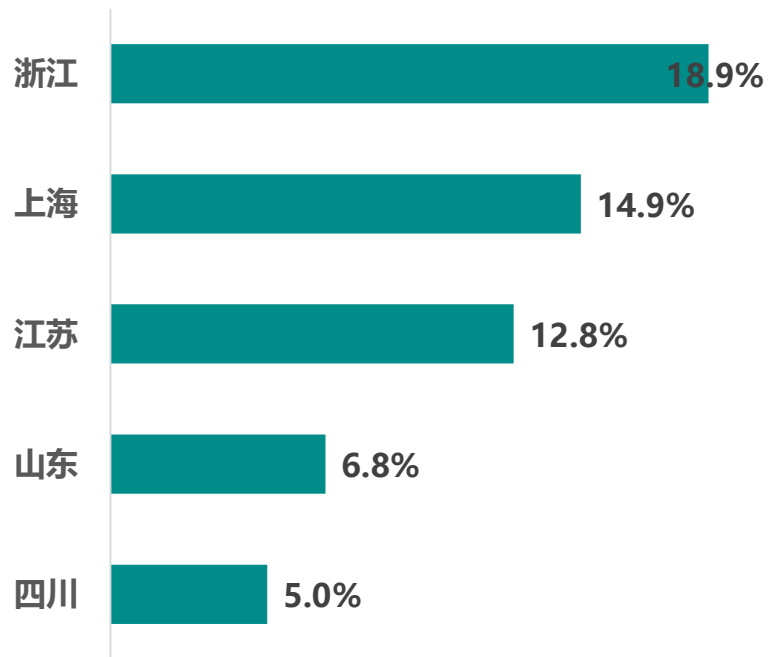
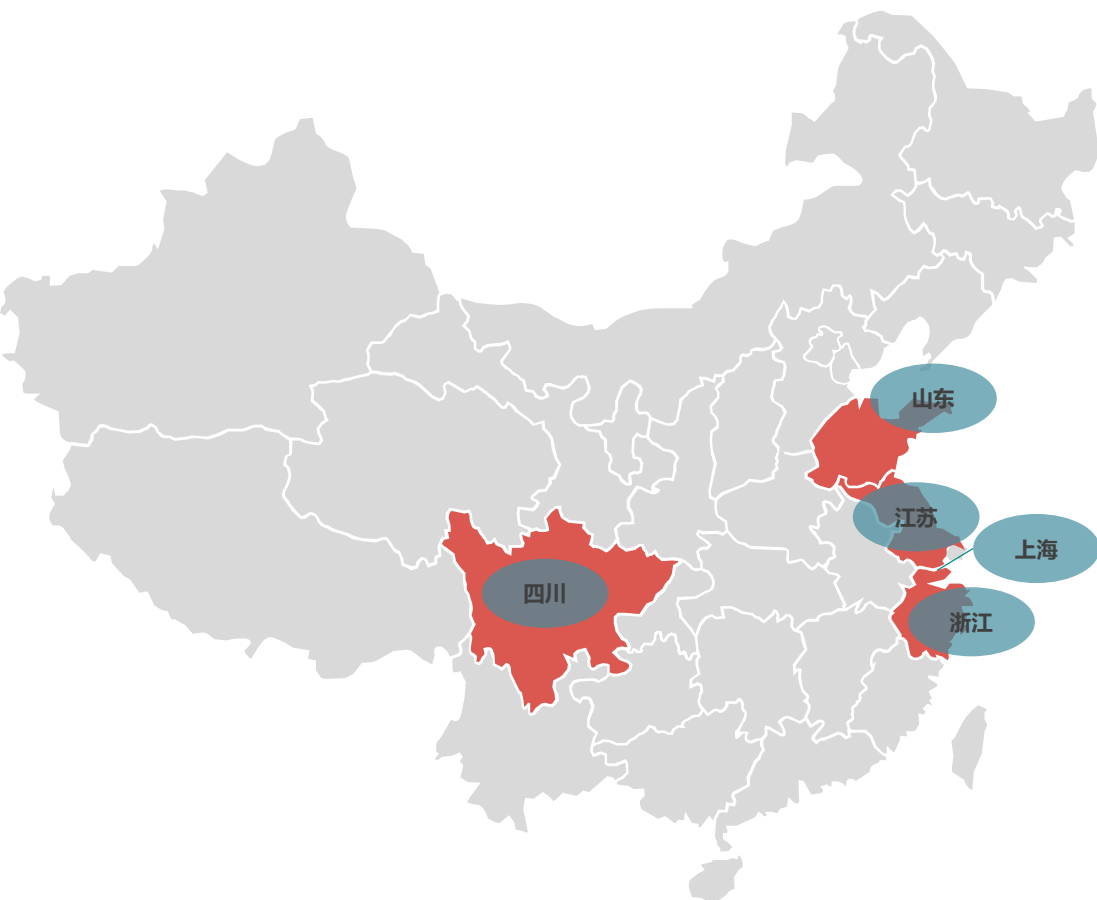
2018春节期间朱家角客群来源TOP5



东方明珠电视塔客群来源

浙江地区客群比例最高，外地游客比例超八成

2018春节期间东方明珠电视塔客群来源TOP5





谢谢观看

THANKS

关注我们

