

国庆旅游成绩是否超过2019年



10月4日在海南环岛旅游公路文昌段拍摄的自驾车辆和路边市集。 新华社记者蒲晓旭摄

8.26亿人次，7534.3亿元，这是刚结束不久的中秋国庆假期国内出游人数和实现的旅游收入。

这个数据是高还是低？大家的心态可能都觉得要和疫情前比。按可比口径，今年中秋国庆长假的旅游人次较2019年同期增长4.1%，旅游收入较2019年同期增长1.5%。这是2020年以来国庆假期的旅游成绩首次恢复至2019年以上的较高水平。

具体来看的话，有几个数据值得注意：

人均消费，旺丁旺财

“双节”旅游数据公布后，部分网友并不看好，他们觉得只是人流量大了，消费能力并没有恢复。

这个结论是错误的。从数据上来看，虽然没有呈现爆发式增长，但消费能力已十分接近2019年同期水平，也远超今年此前假期情况。

根据文旅部的数据计算，今年“双节”人均消费金额为912元，相比今年端午和五一假期，已有较大增幅，分别增长了159.1%、68.8%。

而对比近五年的同期情况，今年国庆的人均消费情况也已超过2019年，增长了9.8%。

不过，今年国庆中秋连假，如果计算人均每日消费情况的话，今年还是比2019年略低一些，但差距并不大，只下降了3.9%。

与前三相比，人均每日消费金额也大幅提高。

出行人次为何不及2019年

根据交通运输部数据，今年中秋国庆假期（9月29日至10月6日），全国铁路、公路、水路、民航预计发送旅客总量4.58亿人次，是2020年以来的最高数据，但是却不及2019年同期的6亿人次。

这一数据差异是如何造成的？

在交通运输部的统计中，今年假期期间，全国日均发送旅客人数为5681万人，其中公路的日均发送旅客量为3579人次，占六成以上，其次是铁路，日均发送旅客量超过1680万人次，民航日均发送旅客量则在213.5万人次。

和2019年同期数据相比，铁路和民航同比2019年增长了22%和13%，尤其是铁路，9月27日至10月6日，全国铁路累计发送旅客已超过1.6亿人次。在9月29日，铁路单日客流量创造了超2000万人次的历史新高。

民航业213.5万的客流量不仅超过2019年同期，还超过今年“五一”假期和暑运（日均分别为188、210万人次）。

航空业的复苏还表现在价格的走高。假期里，国内单程含税机票均价为1037元，较2019年国庆假期增长

21%；跨境单程含税机票均价为2213元，较2019年增长29%。

总体下降的因素是占据发送旅客量最多的公路，今年客流同比2019年下降了48%。

这个数据的下降，一方面是发达的高铁，争夺了大量公路客源，另一方面，是统计口径的问题，交通运输部数据统计并未包含自驾出行。

从高速公路的流量数据上看，开车上路的人越来越多了。2023年中秋国庆假期的高速公路流量达到4.87亿辆次，较2019年同期增长了38%。

据神州租车统计，节日期间租车呈现“全面开花”景象，“大交通+落地租”订单增长超300%，全国平均出租率超90%，峰值出租率超95%，日均取车量同比增长30%，峰值持续时间较长，多项指标均刷新历史纪录。得益于假期变长，单均租期显著增长超30%；新用户订单占比约四成，新能源车订单量同比上涨超300%。

如果算上自驾的人，今年的客流量未必比2019年少。

看演出、赛事的人多了，看电影的人少了

今年国庆假期，人们的文化消费习惯也在发生变化。传统火热的国庆档，不热了。相比2019年，放映场次多了、票价贵了，但观影人次少了、票房收入低了。

根据拓普数据，假期期间放映场次达353.1万场，较2019年同期增长35%，票价增长了11.4%，但全国票房收入仅有27.31亿元，近五年来仅高于2022年，相比2019年下降了38.8%。

不过，从城市方面来看，三、四线城市票房同比2022年增幅较多。五线城市票房同比去年增长最多，达到135.2%，其次是四线、三线城市，分别增长118%、99.2%。

与2019年相比，今年国庆档的票仓人次结构体现出明显的下沉趋势，三线及以下市场占比上升显著。

除了出行忙，演艺市场和亚运赛事的火热也分流了电影市场。

全国范围内，中国演出行业协会数据显示，9月29日至10月6日，全国营业性演出44237场，相比去年增长了227.68%，也远超2019年同期水平。

票房收入也达到20.05亿元，同比增长322.14%，与2019年同比增长82.60%。

据报道，本届亚运会一共出售了超过305万张票，票务收入超过6.1亿元。其中，在10月1日国庆节当天达到观众人数的峰值，为29万人。

出入境旅游尚未恢复至2019年同期水平

与以往不同的是，今年亚运会正

巧赶上了国庆中秋“黄金周”，为出境旅游市场注入了新的变量。

今年中秋、国庆假期全国边检机关共查验出入境人员1181.8万人次，日均147.7万人次，是2019年同期的85.1%。

亚运会的助推作用也较为明显。飞猪数据显示，亚运会期间，飞往杭州的国际机票预订量同比去年增长超20倍，杭州目的地火车票预订量同比去年增长超4.7倍，杭州赛事场馆周边的酒店预订量同比去年增长超3倍。

入境旅客的到来也同时拉动了消费。支付宝平台数据显示，开赛以来，入境游客使用支付宝日均支付笔数环比8月增长68.8%。

值得一提的是，“双节”期间港澳居民入境旅游，探亲需求旺盛。10月2日，港珠澳大桥珠海公路口岸单日通关车辆首次突破1.4万辆次，刷新港珠澳大桥通车以来历史最高纪录，客流超10.7万人次，创近四年新高。港珠澳大桥在促进粤港澳大湾区融合发展中的作用越发明显。

但跨境航班运力不足，仍是制约入境旅游的因素。

线下消费进一步激活

逛商圈、品美食，城市旅游最先拉动的是餐饮与零售的消费。

根据商务部商务大数据监测信息，在“双节”前两天，各城市的商圈、步行街“人满为患”。其中，全国示范步行街客流量同比去年增长68.6%、36个大中城市重点商圈客流量同比去年增长99.2%。

有人选择假期出游，也有人选择“居家度假”——改善家中设备、提高居家舒适度，各类家电换新成为“双节”新趋势。

根据苏宁易购的数据，在9月28日至10月6日，家电家装订单量同比增长122%，大部分集中在厨房、阳台场景，占比达到六成。包括烟灶套装、洗烘套装、智能清洁机器人，同比增幅分别达到100%、85%、83%。

而随着出行方式的升级，自驾游的热潮也带动了汽车相关商品的消费。

京东消费数据显示，在9月23日至10月1日，汽车保养套装需求激增，相比去年同期增长了344%。为了保证自驾旅行的舒适度，也有不少消费者提升车内装备。其中，汽车音响是首选。

长途旅行可能会对车辆零部件造成损耗，因此汽车保险、应急设备的消费需求也有所增长。数据显示，在京东平台上，轮毂配件的销量同比增长137%，拖车绳、检修灯也分别增长了34%、33%。

本报综合消息

25省份交出黄金周旅游成绩单

“超级黄金周”刚刚落下帷幕，25省份迫不及待交出旅游成绩单。你的家乡表现如何？一起来看看吧！

◆ 河南8天揽客8480.1万

经文化和旅游部数据中心测算，中秋节、国庆节假期8天，国内旅游出游人数8.26亿人次，按可比口径同比增长71.3%，较2019年增长4.1%；实现国内旅游收入7534.3亿元，按可比口径同比增长129.5%，较2019年增长1.5%。

截至10月7日21时，25省份公布双节旅游成绩单。其中，河南接待游客量居首位，达8480.1万人次，旅游收入587.6亿元，均创新高。

河南接待游客人次居前五位的景区依次为：清明上河园45.07万人次、银基国际旅游度假区43.21万人次、龙门石窟42.9万人次、云台山39.6万人次、万岁山33.5万人次。

河南省文旅厅提到，南阳迷笛音乐节售出15万张门票，5万余名外地乐迷到场助兴。开封清明上河园每天近200场演出让游客目不暇接，网友调侃“清明上河园的人比清明上河图里的还多”。

此外，博爱县利用竹林水乡优势进行环境改善提升，一个300人的小村——西张赶假期接待游客超8万人次。济源、栾川、鲁山、新密、林州、辉县、修武、南召、淅川、卢氏、光山等地，民宿入住率达到80%至90%。

江苏、广东紧随其后，假期游客接待量分别为7118.48万人次、6386.2万人次。按此计算，仅河南、江苏、广东三地双节期间就接待了近2.20亿人次！四川、辽宁游客接待量位于“5000万梯队”，云南、浙江居“4000万梯队”。

◆ 江苏吸金907.59亿

对比旅游总收入，江苏8天吸金907.59亿元，在25省份中名列第一。

其中，江苏省纳入监测的623家A级景区和195个省级以上乡村旅游重点村共接待游客5095.24万人次，游客消费总额202.21亿元，同比增长137.23%和138.30%，按可比口径较2019年同期分别增长38.30%和40.28%，实现疫情以来游客消费增幅首次高于客流增幅。

银联商务数据显示，假期前7天（9月29日—10月5日），江苏文旅消费总额175.55亿元，占全国的10.62%，占比继续保持全国第一。

河南、广东两地旅游收入均突破500亿元。据悉，今年9月广东启动文旅消费季惠民补贴活动，会同银联、金融等部门，发放第三轮文旅消费惠民补贴500万元，拉动中秋国庆假期旅游消费。

浙江、云南超过400亿元，辽宁、四川、福建、湖南超过300亿元，新疆超过200亿元，另有吉林、内蒙古、北京、甘肃、天津双节旅游收入超百亿。

据介绍，浙江双节旅游呈现多项特点，包括佳节和亚运“叠加效应”明显，长途游、周边游“长短两旺”，文化游、观光游等“多元并进”，旅游住宿“量价齐升”，高品质旅游住宿“再创新高”等。

值得一提的是，内蒙古假日旅游热度较往年有大幅度提升。据统计，2023年中秋、国庆假期，内蒙古共接待国内游客人数2306.01万人次，实现国内旅游收入158.48亿元，按可比口径是去年同期的6.06倍、7.23倍，均为历史最高。

内蒙古文旅厅称，9月2日，2023年中国（阿尔山）旅游大会在兴安盟阿尔山市举办，兴安盟旅游知名度大为提升，中秋国庆假期接待游客是去年同期2.04倍，阿尔山柴河旅游景区接待游客同比增长307.27%。

◆ 黑龙江游花费低

根据25省份旅游收入、游客接待量粗略估算，双节期间“黑龙江游”最便宜，人均花费369.13元；其次为“西藏游”，人均花费523.75元；“海南游”“新疆游”“北京游”人均花费较高，均超过1300元。

中国旅游研究院测算：双节假期，截至6日，黑龙江省累计接待游客2039.1万人次，同比增长221.3%；实现旅游收入75.27亿元人民币，同比增长286.29%。

据媒体报道，黑龙江省文旅厅出台了“假期开心游龙江”十条措施，多维度供给文旅产品。其中，哈尔滨市北方森林动物园、二龙山风景区、金龙山国际旅游度假区、太阳岛（俄罗斯小镇）等景区持续开展门票“买一送一”惠民活动。

另据北京文旅局，在刚刚过去的2023年中秋国庆八天长假，游客在京人均花费1310.6元，同比增长39.9%，比2019年增长8.0%。

北京文旅局指出，流量IP拉动文旅消费。双节期间，2台3场大型演唱会、2台4场音乐节吸引众多异地歌迷跨城观演，带动周边交通、食宿、餐饮等综合消费增长。

与此同时，同名热播电视剧改编的歌剧《山海情》、荣获第十六届文华大奖舞剧《天路》、音乐剧《剧院魅影》中文版、英国原版引进话剧《傲慢与偏见》、国际花滑巨星版冰秀《冰梦丝语》等知名IP剧目在北京舞台持续演出，成为拉动城市消费的新引擎。

中国旅游研究院分析，需求高涨、产业创新和政策促进的叠加效应，助推假日旅游市场再创历史新高。随着政策效应的边际递减，旅游经济将稳步转入理性的增长和预期的繁荣。

本报综合消息