

# 國慶檔票房51億 《長津湖》佔七成創紀錄

## 黃金周逾5億人次出遊 旅收4700億

歡  
度  
佳  
節

中國文化和旅游部數據中心測算，10月1日至7日，內地境內旅遊出遊5.15億人次，按可比口徑恢復至疫情前同期的70.1%，實現旅遊收入3890.61億元（人民幣，下同，約4700億港元），恢復至疫情前同期的59.9%。國慶假期，限量預約錯峰出遊已成常態，居民出遊熱情和消費需求得到釋放，其中國慶檔電影連破多個紀錄，數據顯示，截至7日17時，國慶檔票房達51.27億港元。其中，史詩巨製《長津湖》以約37.31億港元票房領跑，佔總票房的七成，打破國慶檔票房紀錄。

大公報記者 張帥北京報道



►國慶長假期間，各地消費市場活力湧動。圖為人們在上海豫園遊玩。新華社



▲10月2日，福州一家電影院內，觀眾排隊等待觀影。中新社



▲遊客在海南免稅店內購物。中新社

國家電影局初步統計數據顯示，截至10月7日17時，國慶檔票房達42.46億元（約51.27億港元）。其中，再現抗美援朝長津湖戰役的史詩巨製《長津湖》以30.9億元（約37.31億港元）票房領跑，並打破國慶檔影片票房紀錄，《我和我的父輩》以9.4億元票房排名次席。

### 紅色遊考古遊受青睞

在主旋律大片的引領下，今年國慶檔的票房走勢出現了明顯的「逆跌」現象，即每一日的單日票房較前一天都有所提升，《長津湖》目前已打破和刷新十餘項中國影史紀錄。紅色旅遊在今年國慶旅遊市場受到青睞，長沙、湘潭、南昌、遵義、延安、嘉興、井岡山等是紅色旅遊熱門目的地。

今年國慶長假吹起濃濃的「中國風」，「古法黃金」首飾悄悄佔據了黃金市場的C位，年輕人對國風的熱愛延展到了運動品牌上，以銀泰百貨為例，長假首日其國貨運動品牌整體增長錄得15%，其中回力同比增長250%，鴻星爾克同比增長85%，在產品中運用手工十字針、編織流蘇、植物染色等民族工藝的中國李寧同比增長50%。

人文考古遊漸成風潮。內地綜合旅遊出行服務平台飛豬數據顯示，博物館、非遺及文旅融合類商品訂單量環比漲超15倍，尤其是在三星堆新一輪考古成果發布後，民眾參觀熱情不斷高漲，四川省文旅廳公布的數據稱，國慶期間三星堆博物館門票連續多日售罄。

假期前4天累計接待遊客7.13萬人次，較2020年同期增長167%。

中國載人航天和深空探測取得新突破，帶火航天遊和主題購。國慶長假期間，前往甘肅酒泉的機票訂單量環比上月增長超160%，海南文昌酒店訂單量環比增長超500%。在航天發射場仰望星空，成為國慶出遊的熱門選擇。

### 跨境電商看好中國市場

值得一提的是，疫情之下出境遊熔断，境外消費回流，越來越多的國人在家「雲出境逛街」買遍全球，進口新消費成為中國內需增長新動能。長假前4天，天貓國際成交額同比增長超50%。海外品牌看好中國經濟增長潛力，也加速通過跨境電商進入中國市場。過去一年，平均每月有400多個新品牌入駐天貓國際。今年以來，新品牌入駐數量同比增長超60%。

「中國製造」繼續深受到全球採購商和消費者的歡迎。B2B出口平台阿里巴巴國際站的數據顯示，小到電熱毯、馬桶，大到摩托車、遊艇，不少品類商品今年以來的銷售額同比增長超過30倍。跨境出口B2C平台「速賣通」9月成交額同比增長20%，中國廠家生產銷售的服裝鞋帽、電子產品、家用電器等商品在海外市場持續大賣。

### 專家冀5G消費拉動經濟增長

【大公報訊】記者張帥北京報道：「十一」假期，內地市場迎來消費休閒旺季。中國商務部分析，10月份乃至整個四季度消費仍將延續平穩恢復態勢，預計全年社會消費品零售總額有望達44萬億元，比2020年增長12.5%左右，比2019年增長8%左右。

國家信息中心經濟預測部副研究員鄒蘊涵表示，一些有利因素在支撐消費恢復。一方面，中央促消費政策加速出台，在加碼短期促消費和長期擴內需政策方面發揮合力，繼續發放消費券等舉措為推動消費加速恢復提供了支撐。另一方面，以網絡購物為代表的消費模式加速發展。消費數字化進程快速發展，特別是重構消費模式場景引發了商業數字化變革。

近日由商務部下發的《關於進一步做好當前商務領域促消費重點工作的通知》，受到市場關注。《通知》就推動消費持續穩定恢復具體提到，新型消費是消費市場重要增長點，着力促進新型消費加快發展；三要抓布局，優化提升消費平台載體。

萬博新經濟研究院院長滕泰對大公報表示，消費在經濟增長中起主要拉動作用，下半年穩增長的重點是提振消費需求。其中，舊消費只能恢復性增長，而以5G為代表的新消費，增長空間巨大，在這些新消費上，可以政策支持繼續助力釋放消費潛能，撬動需求增量。

### 數看黃金周消費出行數據

- 共發送旅客**4.03億**人次，日均**5750萬**人次
- 旅遊出遊**5.15億**人次，恢復至疫情前同期**70.1%**
- 旅遊收入**3890.61億元**人民幣，恢復至疫情前同期**59.9%**
- 鄉村民宿訂單量環比上月增長超**560%**
- 海淘和出口國際成交額同比增長超**50%**
- 截至10月7日17時，國慶檔票房達**42.46億元**人民幣

大公報記者張帥整理



▲沙漠酒店自帶的沙漠項目深受欢迎，圖為遊客在沙漠中騎乘駱駝。大公報記者胡永愛攝

### 沙漠酒店爆滿 一晚盛惠三千

十一假期在新冠肺炎疫情常態化背景下，地廣人稀的大西北成為熱門目的地，而其中，打卡好看、集吃喝玩樂於一體的精品酒店受到遊客的歡迎。近幾年，在寧夏騰格里沙漠中，多家高端精品酒店接連開業，均價在3000元人民幣以上，卻一房難求。免去人頭攢動的景點的喧囂，在沙漠中的獨棟酒店中泡澡、滑沙、看星星，成為國慶節假期眾多民眾出遊休閒的熱門選擇。

近日，港澳旅行商代表赴寧夏回族自治區進行考察。記者在隨行途中了解到，9月底至10月初，寧夏中衛沙坡頭的高端沙漠酒店房間早在幾個月前已經被預訂完。當前，民眾的消費觀念正在改變，「文旅一體」成出遊的主要休閒方式。這也反映在消費者旅遊首選地和酒店的選擇上，除了以往熱門目的地依舊火爆趨勢，依託深厚文化資源和區域IP，不少可直接領略風光的酒店成大熱門。

從2020年年初起，新冠肺炎疫情不斷反覆，雖然出遊人數開始恢復，但民眾旅行時越來越重視衛生與安全，因此，寧夏中衛最受歡迎的沙漠酒店為帳篷酒店、房車營地酒店、木屋酒店等這些獨棟房型。另一方面，寧夏、青海等省份地廣人稀，住沙漠中的酒店可就近遊玩，不用扎堆景區。大公報記者 胡永愛



▲「進博集市」內匯聚多國特色商品，吸引遊客挑選打卡。大公報記者夏徵攝

### 買遍全球商品 打卡「進博集市」

剛剛過去的國慶黃金周裏，作為中國著名旅遊目的地的上海南京路依舊是人頭攢動，但與以往不同的是，疫情當下，無法走出國門的遊客們，如今可以在這裏一站式「買全球」——全國首個進博消費主題業態「進博集市」成為新晉網紅打卡地。

一旁的室內集中市，日本的清酒、新西蘭的乳品、比利時的巧克力、土耳其的織物、北歐的糖果、阿根廷的包包……世界各地的商品匯聚一堂，琳瑯滿目。很多遊人看到「進博」這個大IP便毫不猶豫進店逛一番。「有些之前就吃過或者看到過，這次買個沒見過的嘗嘗！」一位滬上阿姨在結賬時表示。

另一邊土耳其國家館，負責人拉瑪贊·土贊在土耳其網紅雪糕展位與進口土耳其皮衣展位來回穿梭，這邊雪糕剛補完貨，那邊皮衣的諮詢問題就來了。新品土耳其進口小羊皮皮衣，天然毛孔和紋理肌理，透氣性好，時髦大氣，很顯高級。無需多作介紹，「識貨」的遊客就爽快下單，萬元單品日均銷售6件。

記者從進博集市相關負責人處獲悉，僅國慶長假前三天，近5500平米的進博集市國慶日均客流數翻番，3天銷售破百萬，巴基斯坦燈燭、智利果味利口酒、瑞士巧克力等各國好貨被遊客頻繁下單。大公報記者 夏徵



▲遊客在廣州資政大夫祠體驗嶺南文化。大公報記者黃寶儀攝

### 體驗嶺南文化 省內遊熱度高

國慶假期，內地多地迎來了補償式出遊熱潮，在部分地區出行限制的影響下，短途周邊和省內長線遊熱度提升最快。粵港澳大灣區內完善的高速公路、鐵路、城市軌道等交通網絡，以及各地豐富的海濱、鄉村、文化資源，使「灣區人遊灣區」成為市民慶祝國慶節的主要方式之一。記者從廣東省文旅廳獲悉，7天假期廣東全省共接待遊客4438.6萬人次，旅遊收入236.8億元（人民幣，約286億港元），當中以紅色旅遊、鄉村遊、傳統文化體驗及夜間文化旅遊活動均受到青睞。

親子出遊，是這個假期廣東旅遊市場一大亮點。廣之旅副總裁、國內遊總部負責人文爽表示，「雙減」政策落實後的首個假期，以80後為代表的親子家庭聚焦省內休閒親子遊，以此填補孩子空餘的假期生活，文化內涵豐富的周邊遊產品以及私密性更高的小團遊需求大幅上升，包括如學習非遺佛山獅頭製作的「新興、佛山3天」、尋源嶺南文化的「封關2天」等線路在假期大熱。農家體驗、綠道漫步、賞花摘果等休閒式鄉村遊產品，同樣受到熱捧。國慶假期廣州全市鄉村游接待遊客共計570.2萬人次，同比增長31.52%，佔接待遊客總量的49.44%。

大公報記者 黃寶儀