



21億人次出行 中外旅遊「雙向奔赴」

內地黃金周服務消費旺盛 收入增19.5%

剛剛過去的內地國慶假期，民眾出遊熱情高漲，文旅市場持續火熱，餐飲、住宿、購物、娛樂等消費場景不斷升溫。官方數據顯示，依託日趨便捷的綜合交通體系，假期累計全社會跨區域人員流動量21.42億人次。全國邊檢機關共保障1546.2萬人次中外人員出入境，日均220.9萬人次，較去年同期增長6.7%，中外旅遊「雙向奔赴」。

假日經濟交出亮眼成績單，全國服務相關行業日均銷售收入同比增長19.5%，旅遊遊覽和娛樂服務銷售收入同比增長23.6%。多家旅遊平台的數據還勾勒出了出遊新趨勢：旅遊度假從走馬觀花「打卡」走向深度「體驗」，出行目光從大城市投向外縣城，AI逐步賦能旅途服務。黃金周的一組組消費數據，記錄着大眾出遊方式與消費理念的新趨勢。

大公報記者 江鑫嫻

這個假期，四通八達的高速路網讓人們走得更遠、走得更快。據交通運輸部數據，國慶假期，累計全社會跨區域人員流動量21.42億人次，日均3.06億人次，同比（2025年中秋國慶假期8天日均）增長0.6%。

出行速度更快了，省下的時間，人們更願意沉下心細細品味。很多人的消費模式從走馬觀花的打卡拍照轉向獲得技能、收穫成長感等深度體驗。手機信令數據顯示，國慶假期，全國重點商圈新增客流中，每5個人中就有1個停留超過5小時。

外國客鍾愛張家界 入境訂單增1.5倍

長假出行，大都市依然是「頂流」，但中小城市的旅行也在同時崛起。攜程數據顯示，東部遊客更多走進中小城市，前往三線及以下城市的佔比由2024年的約20%升至約47%。外國遊客也在走向小城和邊境。張家界入境訂單增長約1.5倍，是入境目的地TOP10中唯一



▲10月2日，遊客在河北省唐山市豐南區河頭老街景區觀看表演。

新華社

的五線城市。縣域遊升溫十分明顯，一些相對小眾的縣域以極具特色的自然景觀和人文資源，成為縣域目的地中的「黑馬」。其中，山西陵川縣酒旅預訂熱度同比增長超230%，陝西太白縣同比增長超130%。

客流湧入小城，也進一步流向本地生活場景。美團研究院高級研究員王琚表示，遊客越來越看重一趟旅程中不同環節的銜接體驗，也希望體驗更具當地特色的生活方式，旅行需求進一步延伸至當地人常去的餐飲、特色小店等本地消費場景。

以舊換新智能升級 消費逾300億元

增值稅發票數據顯示，國慶假期，全國服務消費旺盛，相關行業日均銷售收入同比增長19.5%。其中，旅遊消費市場熱度持續高漲，旅遊遊覽和娛樂服務銷售收入同比增長23.6%，餐飲服務銷售收入同比增長9%。中國網球公開賽等賽事流量轉化為消費增量，帶動體育服務銷售收入同比增長29.4%。

與此同時，這個假期，許多人把換新家當列進了節日計劃，不少消費者湧入商場試用心儀的產品。「江蘇有補貼活動，我在老家買了一隻新款智能手錶，花費1019元（人民幣，下同），在北京買需要1299元。我還給父母換了一台洗衣機。」在北京工作的曹小姐表示，不少返鄉過節的年輕人趁假期為家裏購置家電，把便捷的智能生活帶回鄉鎮。

增值稅發票數據顯示，假期家用電器和音像器材銷售收入同比增長40.1%。手機、手環等通訊器材銷售收入同比增長119.8%。商務部商務大數據顯示，10月1日至6日，重點平台具身智能機器人銷售額同比增長1.3倍，智能眼鏡銷售額同比增長1倍，一級能效洗碗機銷售額同比增長8.4%。消費品以舊換新惠及639.2萬人次，帶動銷售額334.8億元。



▲10月3日，遊客在浙江橫店影視城體驗古裝短劇拍攝。

中新社



▲10月2日，遊客在湖北恩施巴東縣非遺展示館體驗巴東皮影表演技藝。

新華社



▲10月3日，小遊客在河南洛陽南石山村「三彩小鎮」體驗唐三彩繪製技藝。

新華社

數讀黃金周出入境客流及文旅消費

- 國慶假期期間，**1546.2萬**人次中外人員出入境，日均**220.9萬**人次，較去年同期增長**6.7%**。
- 內地居民出境**444.4萬**人次，較去年同期增長**9.3%**。
- 外國人入境**68.2萬**人次，適用免簽政策入境**50.5萬**人次，較去年同期分別增長**5.4%**、**9.2%**。

大公報記者江鑫嫻整理

國慶7天廣深港高鐵發送跨境旅客90.5萬人次

- 共計查驗出入境交通運輸工具**73.2萬**架（艘、列、輛）次，較去年同期增長**14.7%**。
- 旅遊遊覽和娛樂服務銷售收入同比增長**23.6%**。
- 經濟型連鎖酒店、民宿服務同比分別增長**6.3%**和**12.8%**。

【大公報訊】記者方俊明廣州報道：國慶黃金周收官，國鐵廣州局8日公布，今年國慶與中秋節假期疊加，客流大幅增加。10月1日至7日，該局共計發送旅客2072.1萬人次，同比增長9.9%，創歷史新高。其中，廣深港高鐵國慶假期跨境旅客發送量預計達90.5萬人次，同比增長6.6%。

國鐵廣州局客運中心相關負責人表示，今年國慶假期，客流以旅遊流、探親流為主，以學生流、商務流、務工流為輔。10月1日該局迎來客流最高峰，當天發送旅客350.7萬人次，客流創歷史單日新高；其中，廣州南站10月1日到發旅客達到104.9萬人次，成為全國鐵路首個單日到發旅客突破百萬人次的車站。

數據顯示，國慶假期，國鐵廣州局發送的旅客中，選擇高鐵出行的達1705.5萬人次，佔比82.3%。發送旅客排名前三的車站為廣州南站、深圳北站、長沙南站，分別發送276.5萬、209.2萬、160.3萬人次。發送旅客排名前三的線路為京廣高鐵、廣深港高鐵、杭深線，分別發送275.5萬、272.9萬、151.5萬人次。



▲國慶黃金周收官，返程旅客10月7日從廣州東站出站。

大公報記者方俊明攝



▲國慶假期期間，市民和遊客在湖北武漢天地壹方南館與啟元機器人互動。



▲10月5日，遊客在杭甬高速桐廬服務區的巨型魚缸前拍照打卡。

中新社

接住車流紅利 高速公路服務區變「景點」

這個國慶假期，隨着自駕出行熱度攀升，一批高速公路服務區跳出「短暫歇腳點」的傳統定位，依託開放共享的建設運營模式變身網紅打卡地，釋放出新的假日消費活力。例如位於浙江嘉興的S9蘇台高速桐鄉服務區，假期首日客流量接近8萬人次。不少人從周邊城市趕來，只為逛一逛這個高速公路上的打卡點。

據悉，桐鄉服務區以「破繭成蝶」為造型，空中連廊橫跨高速。它是浙江首個立體開放式高速服務區，設有「兩進兩出」ETC出入口及混合車道，高速車輛能進，城市車輛不用上高速也能進。沉浸式非遺飛天演藝、可進入式活體蝴蝶科博物館、科技運動潮玩城、書店咖啡館，以及3000平方米奧萊購物區，男女老少一家人都能在這裏找到停留的理由。

龐大的車流量，讓高速服務區成為新的消費觸點。在福建泉州高速永春達埔服務區，「驛路尋香·國慶樂購」主題集市近日火熱開市。南音、泉州提線木偶戲等中國國家級

非物質文化遺產代表性項目輪番上演。依託「世界第一高橋」貴州花江峽谷大橋而建的雲渡服務區，則把「橋」本身做成了風景。國慶假期，這裏新增餐飲、文創攤位以及大橋主題咖啡、茶飲等新業態，將大橋打卡的過路流量轉化為留下來消費的增量。

大公報記者 江鑫嫻



免簽入境逾50萬人次 讓外國客變回頭客

今年國慶假期，內地居民出境444.4萬人次，較去年同期增長9.3%；外國人入境68.2萬人次，適用免簽政策入境50.5萬人次，較去年同期分別增長5.4%、9.2%。攜程數據顯示，假期入境遊訂單同比高雙位數增長。從入境目的地來看，外國遊客從一線城市走向「山水中國」，並繼續向低線城市下沉。文化體驗類目的地成為入境新看點。外國人走進河南南太行山區，體驗曬秋民俗，與機器人現場互動；到四川成都杜甫草堂，了解古典詩詞與中醫藥文化；到潮汕體驗工夫茶文化……「中國遊」全面升溫。

北京第二外國語學院中國文化和旅遊產業研

究院教授吳麗雲認為，未來，更多外國遊客將從「頭回客」變成「回頭客」，體驗不斷加深。三、四線城市和縣域只要有特色、服務跟得上，一樣能成為入境遊熱門目的地。同時，中國的小電扇、空調、電車、機器人等科技產品也在吸引海外遊客，新業態、新產品不斷孵化，產業鏈將越拉越長。

出境遊方面，市場呈現東南亞短線穩固，歐洲、大洋洲長線爆發，眾多小眾目的地走紅的格局。中國旅遊研究院此前發布的《中國出境旅遊發展年度報告2025-2026》顯示，隨着出境旅遊經驗的豐富，中國遊客更願意為美好生活付費，發現更多「小而精、小而美、小而暖」的生活場景並深度體驗。

大公報記者江鑫嫻



▲國慶假期期間，遊客在重慶洪崖洞前拍照留念。

中新社