

國慶77周年

內地超級黃金周收官 文旅多點開花無「窪地」



國慶黃金周收官，有旅遊平台分析稱，超級黃金周民眾出遊及消費熱情高漲，全國找不到「旅遊窪地」，「在地消費」遠超路費。很多人借助「請3休13」的超長拼假策略開啟長線遊，縣域遊、多城串遊、紅色旅遊、科技遊等亦是多點開花。與此同時，中國的國慶節已成為「世界的黃金周」，出境遊助推多國酒店預訂熱度翻倍增長。值得注意的是，今年中秋、國慶期間，入境遊人次亦實現了雙位數增長。

多位假期出遊的民眾向香港文匯報表示，文旅消費正從「門票經濟」轉向「停留經濟」，從「一次性打卡」轉向「沉浸式體驗」。人們更願意為「體驗」買單，為一場演出、一間博物館、一份美食奔赴一座城。

● 香港文匯報記者
江鑫嫻 北京報道



● 超級黃金周民眾出遊及消費熱情高漲。圖為10月3日，遊客在河北省唐山市豐南區河頭老街景區乘船賞景遊玩。



● 10月5日，遊客在重慶市巴南區界石鎮美心2號洋人街遊玩。



● 10月2日，在河南省沁陽市，小朋友和動物園的動物互動。

「差異化」突圍「寶藏」小城成新寵

眾多「寶藏」小城、美麗鄉村成為長假期間大家休閒遊玩、放鬆心情的首選，「奔縣深度遊」成了新時尚。去哪兒旅行數據顯示，縣城酒店預訂熱度同比增長35%，訂單覆蓋全國千餘個縣城。四川九寨溝、廣西陽朔、新疆布爾津、江西婺源等縣城住宿人氣最高，新疆、西藏、川西縣城酒店預訂增幅超50%。小城景區包攬國慶全國TOP10熱門景區，葛仙村、篁嶺、九寨溝、沙坡頭等依靠夜遊、實景演藝、沉浸式非遺體驗吸引遊客。「沒想到自以為反向旅遊的『奔縣遊』，結果反了個寂寞。」不少遊客發文感慨。

「多城串遊」成度假新方式

諸多小城各具特色，有的主打非遺文化，有的深挖文博資源，還有的讓傳統技藝走進現代市集，讓人流連忘返。去哪兒大數據研究院研究員楊涵遠表示，遊客出遊邏輯發生轉變，不再只為抵達目的地，而是為沉浸式文旅體驗出發。

「多城串遊」亦是許多旅客打開假期的姿勢。去哪兒旅行數據顯示，中秋國慶「雙節」期間，預訂2個及以上城市酒店的「多城串遊」訂單量增超三成。預訂3個、4個及以上城市的遊客分別同比增長超三成和五成，呈現出「住的城市越多，增長越顯著」的趨勢。與以往的「特種兵」不同，這屆遊客大多乘大交通抵達一地後，選擇途中兩三個城市作為「據點」住宿，再向周邊城市深度自駕。

「奔縣深度遊」崛起

樊同學在北京上大學，這個假期選擇前往祖籍江蘇啟東探親。他先在啟東停留，走進呂四漁港感受「千年漁都」的魅力，品嚐鮮活肥美的海鮮；隨後前往圓陀角風景區，領略江海相擁的獨特風光，並參與了趕海活動。在啟東停留兩天之後，他又轉戰上海，流連於各大文博機構與城市旅遊景區。他告訴香港文匯報記者，「很開心能在一趟行程中串聯起江海漁港與繁華都市，既有尋根溯源的溫情，也有城市深度遊覽的樂趣。」

北京第二外國語學院中國文化和旅游產業研究院教授吳麗雲表示，縣域匯集了山水生態、鄉土民俗、地道美食，具備差異化的旅遊吸引力。「奔縣深度遊」的崛起，意味着中國的旅遊消費正從「流量打卡」走向「深度體驗」。超長的「雙節」假期，給了遊客充足時間深入小城，帶動酒店、民宿、餐飲、租車等一系列消費增長，縣域正在成為拉動內地文旅消費增長的重要增量市場。



● 10月3日，遊客在廣西來賓市金秀瑤族自治縣大瑤山盤王界景區體驗竹竿舞。

化身「星際領航員」 「解鎖」月面漫步

暢遊科技館、天文館，參觀智能製造工廠、探訪機器人體驗店……香港文匯報記者發現，這些科技體驗正成為國慶假期外出遊玩民眾的新選擇。隨著AI、虛擬現實、元宇宙等技術不斷迭代，正催生出大量可感知、可交互的文旅新項目。不少遊客表示，在假期赴一場科學之約，直觀感受智能製造與前沿科技的魅力，亦是在行走中讀懂創新中國。

作為全國科技創新中心，北京的一大批硬核科技場館、園區、智能工廠、科幻場景成為熱門科技旅遊打卡地。「北京天文館的問月展，真的很值得逛。月壤對普通人來說是一個很遙遠的詞，在這裏近距離看到它時，會突然覺得原來月亮近在眼前。」北京市民劉先生告訴香港文匯報記者，假期來逛科技場館真是不虛此行。

在國慶假期的前一天，位於北京世園國際旅遊度假區的北京未來科技館「未來已來」展館對外開放，這是亞洲首個穿戴式低重力模擬體驗館，吸引了很多遊客前來真實體驗「身輕如燕」的感覺。體驗者穿上低重力體驗裝備，通過迂迴的吊軌進行太空行走體驗，吊軌助力系統、背部姿態追蹤背包以及多軸姿態捕捉裝備，通過物理力學復刻月球及火星重力環境，體驗者即可化身「星際領航員」，體驗月面漫步、袋鼠跳躍，踏入火星赤紅荒漠，穿越峽谷、對抗模擬塵暴，獲得專屬星際旅程。

科技賦能文旅新體驗

同時，科技正在賦能文旅新體驗。國慶假期，杭州市西湖區的銅鑾湖上，一艘艘無人駕駛智能遊船穿梭於湖光山色之間。遊客無需划槳，遊船便可實現AI自主行駛。遊船搭載激光雷達、4D毫米波雷達、視覺傳感器等，通過多模態感知融合技術，實時構建水域環境地圖，實現全天候、全時段精準識別障礙物、岸線等環境信息，為智能航行提供精準數據支撐。此外，這一遊船項目還實現了AI語音導覽、智能調度、遠程監控。有遊客體驗後表示，船的外觀造型非常有科技感，在湖面行駛很平穩。



● 在北京未來科技館，學生們體驗失重感。

紅色地標融新玩法 沉浸式感悟長征精神

今年是中國工農紅軍長征勝利90周年。國慶假期，全國多地紅色文旅熱度持續攀升，許多遊客踏上紅色熱土，循着先輩足跡，觸摸崢嶸歲月、感悟精神力量。各地以科技與演藝激活紅色舊址，大幅提升遊客代入感，紅色地標成為了可參與、可打卡、可分享的沉浸式文旅空間。

貴州婁山關景區推出九大主題活動，將長征歷史、紅色記憶與集章、研學、非遺手作、詩詞互動等新玩法結合，讓厚重的紅色文化以更年輕的方式被看見、被記住。在婁山關遊客中心，巨幅國旗吸引不少遊客駐足合影；紅軍戰鬥遺址紀念碑前，敬獻鮮花、誦讀紅色家書等活動，讓參觀多了一份莊重與紀念。

更讓年輕人感興趣的是景區裏的互動體驗路線：一本「勝利護照」，串聯起婁山十景印章打卡；西風台上，遊客面向雄關朗誦紅色詩詞，拍攝分享即可兌換限定飲品；非遺藤編體驗區裏，大家親手製作紅軍主題藤編燈籠，將紅色記憶帶回家。

在四川紅軍飛奪瀘定橋紀念碑公園內，《飛奪瀘定橋》實景舞台劇還原晝夜奔襲、攀索奪橋的壯烈場面；橋頭XR體驗館借助多感官技術，讓遊客以紅軍戰士視角體驗衝鋒全過程，精彩紛呈的感官碰撞精準圈粉了新世代群體，年輕遊客佔比突破五成。而雅安石棉安順場推出VR重走長征路、紅色趣味越野賽等11項主題活動，將單次參觀拉長為全天深度體驗。

「展品無聲，卻比文字更有力量」

與此同時，全國各地一場場有溫度、有深度、有力量的紀念紅軍長征勝利90周年主題陳列展覽，成為客流湧動的熱門出行目的地。整個假期，中國人民革命軍事物業館的「偉大的遠征——紀念中國工農紅軍長征勝利90周年主題展覽」累計接待觀眾21萬人次，提供公益講解超過270場。有人牽着年幼孩子，一邊參觀一邊講解；有人從千里之外專程趕來，在展品前久久駐足……他們年齡不同，職業有別，但對長征都懷着同樣的崇敬。「展品無聲，卻比書本上的文字更有力量。」北京市民劉女士告訴香港文匯報記者，趁着國慶假期特意帶孩子來參觀軍博，希望他們在長征展上用眼睛去看，用自己的心去真切感受偉大的長征精神。



● 10月1日，遊客在江西省瑞金市葉坪革命舊址群「一蘇大」會址內觀看一蘇大會議「選舉」情景表演。

海外客為文化而來 玩樂體驗類訂單翻番

長假期間，入境遊與出境遊繼續保持「雙向奔赴」的良好態勢。其中，入境遊熱度節節攀升。大批海外遊客跨越山海來到中國，流連於名山大川、穿梭在城市街巷，品嚐中華美食、感悟國風古韻、體驗前沿科技。多元化沉浸式的深度出遊持續帶火文旅新消費，推動各地旅遊業從傳統觀光轉向深度體驗。有平台數據顯示，假期入境遊市場保持雙位數增長態勢。不過海外遊客也越來越熟悉中國假期節奏，主動避開國慶假期客流高峰，選擇節前或節後到訪。

國慶期間，港人北上秋遊，與外國遊客的入境遊客流疊加，推高了部分旅遊城市的入境遊熱度。同程旅行旗下國際旅行平台HopeGoo相關數據顯示，國慶長假期間經香港、首爾、曼谷、吉隆坡、莫斯科等地飛往南京、杭州等內地熱門旅遊城市的航班預訂熱度增幅超20%，部分航線的熱度增幅超過了80%。

腳步向更多小眾城市延伸

另外，攜程數據顯示，國慶正段期間入境日均訂單僅為節前平日三成；國慶假期結束後一週，入境日均訂單反升，達到國慶期間1.4倍。其中泰國、新加坡遊客尤其偏愛錯峰節後入境；而中國香港地區遊客更偏向中秋階段北上過節，中秋3天香港遊客出遊集中度達到入境遊客整體訂單量的1.5倍。

文化體驗是海外遊客來華的核心驅動力。入境景區預訂訂單中，文化類景區佔比從2024年的32%提升至43%。慕田峪長城入境訂單暴漲近4倍，故宮、兵馬俑訂單增長超1.3倍。英國、法國、西班牙、意大利遊客來華打卡清單高度重合：長城、大熊貓繁育基地、兵馬俑、天壇、張家界森林公園都是必遊項目。

入境遊客的消費結構也發生明顯變化，遊客更願意花錢買體驗。攜程數據顯示，假期門票、玩樂體驗類訂單佔比較去年翻番。同時入境遊客的腳步不再局限於北上廣深一線城市，向更多小眾城市延伸。張家界作為五線城市，躋身入境熱門目的地TOP行列；黑河接待大量俄羅斯遊客，延邊入境訂單增長接近3倍。



● 10月1日，福建福州，國外遊客在南後街遊玩。