

国庆黄金周文旅消费前瞻

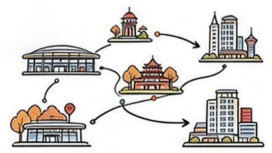
长线游升温
文化体验成为增量

本报记者 张婧 于帆

今年中秋、国庆假期相隔较近,“请3休13”的拼假方案拉长出行窗口。截至9月下旬,多家在线旅游平台预订数据显示,国庆文旅市场热度攀升,长线游、多城联游、县域游和文化体验类产品增长明显。业内认为,假期延长正在改变游客出行半径和消费结构,目的地供给也从单一景区观光转向文化空间全时段运营。

从出游半径看,国庆期间,跨省游占比大幅跃升,出行距离明显外扩。长线游热度领先的背后,是游客对深度与品质的追求。相关在线旅游平台预订数据显示,今年中秋、国庆假期,北京、上海、四川成都、海南三亚、广东广州、浙江杭州、重庆、江苏南京等目的地,位居“境内游热门目的地”前列。在超长假期带动下,传统热门及小众目的地预订热度均增长显著,新疆阿勒泰、云南西双版纳、海南海口、浙江舟山等目的地,预订出游人次同比增幅位居前列。

国庆黄金周文旅消费前瞻

跨省游占比大幅跃升,出行距离**明显外扩**“多目的地串联”成为**新风貌**25岁至34岁游客占比**近四成**“赏秋”相关搜索热度**上涨80%**

图片由AI生成。

与此同时,“多目的地串联”成为新风貌。不少游客通过飞机、高铁的组合,一趟行程串联多座城市。以往单纯作为旅途停靠点的中转城市,如今也变成打卡目的地,过境客流转化为当地文旅的消费增量。美团旅行数据显示,中秋、国庆出行日期内,预订两个及以上目的地机票的用户同比增长70%;通过飞机、高铁组合一次性串联多座城市的用户同比增长14%。

客群结构同样在发生显著变化。《2026中秋、国庆出游趋势预测》显示,今年中秋、国庆假期出行游客中,家庭及三代同游客群占比超七成。长假充裕的时间,让“中秋团圆+国庆出游”的“串场游”模式成为主流。很多人选择中秋与家人团圆,国庆假期开启出游计划,让家庭团聚与休闲度假两不误。

从人群细分来看,25岁至34岁游客以近四成占比成为出游最主要客群,年轻群体的消费偏好正深刻影响市场走向。从游玩方式看,传统文化游、休闲观光游、主题乐园游等产品持续受宠。越来越多游客热衷于通过品尝地道美食、制作非遗手工、观看特色演出等深度体验,由点及面,深刻感受一座城市的历史文化底蕴。

值得一提的是,相关平台数据显示,“赏秋”相关搜索热度上涨80%,“跟着诗词去赏秋”带动长沙、西安、南京、南昌、杭州、洛阳等城市关注度上升。今年国庆期间,供给端更加注重将“秋”做成文化场景:成都的夜游锦江国庆专场以“山河入怀”为主线,串联李冰治水、苏轼咏志等巴蜀文脉内容,并设蜀绣、竹编、剪纸等非遗体验;重庆荣昌围绕荣昌陶推出近40项可参与活动,把非遗技艺变成游客动手的行程环节;江西上饶望仙谷以行进式演艺《千门入谷》和晚市街集拉过夜链条,三清山“夜上三清”光影演艺把山岳资源转化为夜间文化产品。从平台预订情况看,赏秋主题跟团、定制游、民宿连住产品预订热度同比增长均超50%,轻徒步与市集、老街、夜游组合产品预订热度环比增长38%,非遗手作、夜间演艺等体验类产品受到关注,文旅产品更加注重组合化和时间安排。

假期出游趋势的新动向,折射出消费结构的深层调整。今年上半年,服务零售额增速已持续高于商品零售,增长韧性较强。总体来看,服务消费增长更多源于居民品质化、体验化需求持续释放,假期只是需求集中释放的窗口。当前,居民消费重点正从“买商品”转向“买服务”“买体验”“买生活方式”,且服务消费具有频次高、带动效应强的特点。需求结构的变化,也对文旅供给提出了更高要求:目的地不仅要提供景区和床位,更要提供可参与、可停留、可重复消费的文化场景。

政策端正在回应这一变化。9月22日,文化和旅游部在云南弥勒启动2026年全国国庆文化和旅游消费月。消费月从9月下旬持续至10月底,全国各地将举办超2万场文旅活动,发放超3.1亿元消费券等补贴,重点对接赏秋休闲、文博展览、非遗美食、研学旅游、夜间消费等需求。地方供给同步加码:北京在“花园城市多彩京秋”中推出300多场生态文化活动;江苏双节期间统筹4900余项艺术展演、文博展览和非遗民俗活动;云南备下835项文旅活动与惠民措施。

国庆假期是观察全年文旅消费趋势和供给升级成效的重要窗口。从多家在线旅游平台预订数据和各地筹备情况看,居民出游意愿较强,长线游、县域游、文化体验类产品热度上升,文旅消费需求有望在假期集中释放。



游客在江西萍乡武功山景区欣赏日出。 景区供图



游客在河南林州太行大峡谷朝阳村晒秋现场打卡。 太行大峡谷景区供图



“津旅时光号”上举办的小小列车员活动。 天津旅游集团供图



外国友人体验孔子文化庙会。 朱铜辉 摄

文化赋能、场景创新、惠民联动——

国庆假期,文旅消费热潮涌动

本报记者集体采写

今年国庆假期,全国文旅市场迎来新一轮消费高峰。各地以文化为魂、以场景为体、以惠民为桥,推出一系列主题鲜明、体验丰富的文旅活动,充分满足群众多样化的出游需求。列车上的移动戏台、太行山下的晒秋盛景、曲阜古城的儒风市集、赣鄱大地的红旗漫卷……一幅“可游、可赏、可感、可消费”的假日文旅新图景正徐徐展开。

传统与现代交融
打造沉浸式文旅新体验

由天津市旅游(控股)集团有限公司联合中国铁路北京局集团有限公司共同打造的“津旅时光号”,在今年国庆期间迎来新升级,“津旅西北角”餐车全新亮相。“津旅西北角”深度复刻了天津西北角美食地标烟火气息,打造了集天津特色小吃、市井文化展示于一体的移动美食空间,让旅客“登车即入席,一口到天津”。

国庆期间,“津旅时光号”推出中国戏曲文化周限定活动,以轨道为纽带,深化京津冀戏曲联动交流。10月1日至3日,北京站—天津北站方向的列车上“一程一景、一厢一戏”:神话剧《智取金箍棒》武戏灵动,尽显悟空机敏豪迈;京剧《贵妃醉酒》《梨花颂》梅派经典,一字一腔皆诗意;京韵大鼓《丑末寅初》九对句传唱不绝,韵味悠长;相声《欢声笑语》则让车厢里笑声不断。

与此同时,“津旅时光号”还将推出非遗戏曲妆容与服装沉浸式体验,从描油彩、贴片子、点胭脂,到挑选蟒袍、褶子、绣花裙衫,让旅客化身

戏中人,在布景间定格古典瞬间。同时设置脸谱绘画互动环节,让传统艺术从固定剧场走向流动空间,让文化传承在旅途场景中自然发生。

多元业态融合
文旅新生态可玩可感

国庆假期,河南以“老家河南·秋染中原”系列活动为抓手,把家国情怀、丰收喜悦转化为可体验、可消费的文旅场景。该系列活动秉持国际化、年轻化、场景化原则,打造“金秋盛景”“丰年乐动”“惠游中原”等内容体系,发布山水观光、红色研学精品线路。其中,“金秋盛景”聚焦中原秋日山水风光观赏,以山河锦绣献礼国庆;“丰年乐动”主打丰收主题乡土文娱活动,展现国泰民安的丰收图景;“惠游中原”推出各类文旅惠民举措,构建可游可赏、可玩可感的秋季文旅消费新生态。

作为本次活动主举办地,林州太行大峡谷推出“秋染太行”“艺术写生”“天路自驾”等产品。朝阳村晒秋中,五谷铺陈石屋庭院,国庆装饰穿插其中,游客沉浸式体验太行丰收民俗;红旗渠文旅推出“红旗渠·丰收记忆”15项国庆特色体验,发布16条红色研学、山水观光线路。此外,系列活动还整合了数字科技、体育赛事、酒店康养、产业金融等多方资源,协同赋能秋季文旅市场。比如,“一机游河南”上线“豫见秋惠”活动,依托文旅一码通、文博数字守护、票根经济联盟激活文旅消费。

9月28日,2026中国国际孔子文

化节“斯文惠万家”孔子文化庙会在山东济宁曲阜明故城五马祠街启幕。庙会现场,儒风市集成为一大亮点。市集共设置46个展销摊位,分为非遗市集、美食市集、好品市集三大板块。楷木雕、泥人张、拓片、铜艺、琉璃烧制等一批非遗项目集中亮相,孔府食品、地方农特产品、文创好物琳琅满目;特色小吃香气氤氲,吸引了不少市民、游客看手艺、选好物、品风味。

记者了解到,以2026中国国际孔子文化节举办为契机,济宁聚焦国庆假期文旅消费,推出了一系列新产品、新活动、新线路,吸引省内外及入境游客研学、赏秋,将文旅供给转化为产业增量。例如,在9月28日举办的“孔子家乡·好客山东”跟着孔子研学游入境旅行商推广大会上,济宁市发布了“斯文在兹·圣迹寻踪”之旅、“孔孟薪传·儒脉绵延”之旅、“儒风运河·休闲康养”之旅等6条“跟着孔子研学游”主题线路产品,串联“三孔”景区、尼山圣境、鲁源村、微山湖、南阳古镇等景区景点,邀约游客研学济宁,感受一城烟火。

与此同时,国庆期间,济宁市30多家A级景区、研学基地、非遗传承基地、演艺场馆、星级酒店及历史文化街区等也推出了专属优惠,覆盖“游、学、住、赏、购”全链条,吸引广大游客走进“孔子家乡”、研读“见识齐鲁”。

政策精准发力
释放文旅消费新动能

连日来,江西萍乡武功山之巅,游客们高举手中的红旗,迎接着一

出的到来……红旗漫卷,山河锦绣,江西把节日的喜庆、文化的厚重与民生的实惠一并写入“文旅菜单”,家国同庆成为赣鄱大地假期的鲜明色彩。

记者从江西省文化和旅游厅获悉,今年中秋、国庆期间,江西推出了2150项形式多样、内容丰富的文旅活动,242项惠民政策举措。其中,双节期间,全省举办465场营业性演出活动,民族歌剧《八一起义》《江姐》、话剧《平凡的世界》《琵琶行》、舞剧《天工开物》、沉浸式中医药疗愈演出《杏林春暖》等舞台剧目精彩上演,带给观众多姿多彩的视听享受。同时,各设区市结合各自资源禀赋,推出1980项特色文旅活动,共同构建起内容多元的假日文旅产品矩阵。

值得一提的是,江西省级统筹安排安排了5000万元文旅消费券,省、市、景区协同发力,形成政策叠加效应,呈现“联动紧、链条长、受众广、举措实”的鲜明特点。为让政策红利既“看得见”又“用得顺”,此次文旅消费券开通线上、线下双向申领核销渠道,简化操作流程,降低用券门槛。

总体来看,今年国庆假期,文旅市场呈现文化深度融入、场景持续创新、政策精准发力的鲜明特征。各地以文化赋能旅游,以科技激活消费,以惠民提升体验,不仅满足了人民群众对美好假日生活的向往,更推动了文旅产业从“流量”向“留量”、从“观光”向“体验”的转型升级。

(统稿:张婧 参与采写:于帆、张莹莹、孙丛丛、王竹青)