

“十一”黄金周国内旅游业交出亮眼成绩单：

内循环助复苏 自驾游受青睐

中国城市报记者 张亚欣

今年的“十一”黄金周有点不一般：既包含了国庆节与中秋节两大意义非凡的节日，又承载了无数旅游人对行业复苏的希望。

根据文化和旅游部发布的最新数据，8天的国庆中秋长假期间，全国共接待国内游客6.37亿人次，按可比口径同比恢复79%；实现国内旅游收入4665.6亿元，按可比口径同比恢复69.9%。旅游市场在防控新冠肺炎疫情的大背景下交上了一份颇为不错的成绩单，今年“十一”黄金周旅游消费“井喷现象”再度出现，在一定程度上显示了国内旅游消费循环的强大生命力，凸显出国内旅游消费需求对整个社会经济复苏的带动作用。这是否意味着国内旅游市场即将迎来全面复兴？

“十一”期间国内旅游市场成绩亮眼

今年的“十一”长假，是我国疫情防控常态化后的第一个黄金周。8天的假期激发旅客出行欲望，早在9月26日，全国性的“人口迁徙”就已经逐步开始，并在9月30日、10月1日两天达到假期出行最高峰。

携程大数据显示，国内交通出行高峰从黄金周长假前一

天即已启动。10月1日当天，全国铁路发送旅客1509万人次，民航运送旅客167万人次，均创疫情暴发后单日发送量新高。旅游观光、短途旅行等客流量持续走高，带动高铁游、周边游等市场发展。另据中国民航局消息，今年国庆假期，全国民航运行总体安全平稳，10月1日—8日，全国民航共计运输旅客1326万人次，日均旅客运输量恢复至2019年国庆假期的91.07%。

游客旺盛的出行需求，加快了我国假日旅游的显著复苏。据国家旅游局数据中心统计，黄金周前7天，全国接待国内游客达6.6亿人次，实现旅游收入5494亿元，同比去年恢复过8成，国内旅游市场复苏态势强劲。

同时，各地文旅市场运行安全有序，人气回暖、消费复苏，各类活动丰富多样。在8天假期内，北京市共接待游客998.2万人次，较去年“十一”假期增长8.4%，旅游总收入115亿元，较去年“十一”假期增长2.9%；湖北省共接待游客5228.59万人次，实现旅游综合收入348.29亿元，分别恢复到去年国庆假期的82.74%和72.26%；广东省共接待游客4998万人次，同比恢复81.2%，旅游总收入356.7亿元，同比恢复68.6%……去哪儿平台上，湖北地区各项旅游产品预订恢

复至去年同期的7成以上，新疆地区恢复达到近8成。恢复最好的西藏、青海、海南，在去哪儿平台上旅游产品的预订量同比增长3成以上。在跨省游客和本地游客交织下，全国有15个省区市的旅游预订量超过去年。

网经社电子商务研究中心生活服务电商分析师陈礼腾表示，在今年这个特殊的年份里，国内旅游行业在国庆黄金周期间依旧交出了一份亮眼的答卷，这不仅反映出疫情并未减弱消费者对于旅游的需求，也表现了我国旅游市场显著的内循环效果以及我国旅游经济的韧性。

旅游行业复苏呈现新态势

在疫情防控常态化下，今年“十一”黄金周的国内旅游市场也呈现出一些新态势。

受疫情影响，我国举家出游人群同比去年有明显增长。OTA平台上以家庭为单位的旅游消费同比增长近5成。同时，国庆假期中提前预约的旅客同比增加36%，预约成为旅游的新常态。

“我通过手机APP预约了景点门票，与以前相比，景区现在更加安全有序。”旅游爱好者王霞告诉记者，“十一”黄金周期间，她与家人出游全靠手机



预约，否则绝大多数景点无法进入。当前，预约旅游已成为游客的一种习惯。以山西为例，“晋游码”景区预定渠道备受游客青睐，通过该渠道预约游客占比59.1%，通过OTA平台预约游客占比70.0%，通过景区或酒店自营公众号预约游客占比38.3%。

实际上，早在“十一”黄金周之前，为避免出现“五一”小长假般的“人从众”模式，文化和旅游部印发《关于做好2020年国庆节、中秋节文化和旅游假日市场工作的通知》称，要完善防控机制，落实防控措施，督导A级旅游景区按照“限量、预约、错峰”要求，完善门票预约管理制度。政策要求、形势所需，“门票预约、分时游览”制度在全国旅游景区实现大范围应用，更好地满足游客需求。

此外，今年的国庆中秋长假被戏称为“车轮上的黄金周”，一家一车的自驾游成为最热门的旅游方式。携程租车日前发布的“2020十一租车自驾游大数据报告”显示，国庆中秋假期国内旅游人次突破6亿，租车自驾游人数和消费额均创下历史新高，携程租车的车日租量增长达到50%，租车平均消费也持续增长，长假超过2000元。

因为国庆假期自驾游的火爆，“高速有多堵？”也登上了热搜榜。交通部门的数据显示，10月1日—7日，全国高速公路日平均流量为4860.58万辆，同比下降仅2.82%；10月1日流量峰值为5301.58万辆，同比增长0.85%。

携程租车COO江文说：“租车自驾在中国还有非常大的市场空间，将成为大众化的主要出游出行方式。”

业内人士分析，各大平台争相布局租车大数据和业务，反应出区域旅游的热潮，以及人们正在逐步改变的出行方式。目的地政府和管理部门加大对租车旅游的软硬件投入，精准引流，可以更好地做大自

驾游市场。

复苏不能急于求成，仍应以稳为主

今年“十一”黄金周期间，此前因疫情影响而冷清的国内诸多知名旅游景点再次出现了昔日人满为患的场景，各种数据也显示出旅游行业复苏的喜人势头。

然而，尽管行业复苏显著，但与国内往年“十一”黄金周的数据相比，今年国庆假期前四天的全国游客总数为4.25亿人次，比去年同期下跌22%；同期的旅游收入3120亿元人民币比去年同期下跌31%；全国道路发送旅客的数字同比降幅31%。

“今年国庆的订单量还算不错，差点满员，但也遇到了节前突然退单的情况。”云南省丽江市民宿房东龙云生告诉记者，自己节前突然被客户告知，因孩子学校放假前临时通知禁止出省，因此无奈放弃前往丽江的旅行计划。

记者了解到，“非必要不出省”已成为全国多数中小学当前的防控措施之一。除了这部分被“限行”的中小学生，全国部分大学生也成为“被迫”留在学校过节的出游积极分子。

此外，文化和旅游部为今年的“十一”长假出台了一些相对严格的管理办法，包括要求景区接待游客量不超过最大承载量的75%等。因此，尽管今年“十一”黄金周人潮汹涌，旅游收入还是下跌了约三分之一左右。

“当前形势下，旅游市场能恢复到接近7成左右的成绩，实属不易，也给所有从业者吃下了一颗‘定心丸’。”闻旅CEO周海涛在接受记者采访时说，旅游业的复苏不能急于求成，现阶段仍应以稳为主。未来，如何能让游客在安全的前提下享受旅行，从而刺激消费、促进行业全面复兴，仍是从业者应当思考的难题。



研学旅游旺盛 古寨生机盎然

近日，众多年轻的研学游客在湖南省怀化市通道侗族自治县双江镇皇都侗文化村里绘画写生。通道侗族自治县近年充分挖掘资源优势，着力打造研学游、民俗游、红色游、生态游等特色旅游品牌；实施“旅游+扶贫”模式，让古村寨重焕生机，带动侗族群众实现增收。

中国城市报记者 全亚军 通讯员 李尚引摄