

长假文旅市场： 游客灵活出发 体验紧扣“在地”

■中国城市报记者 张亚欣

今年中秋假与国庆假之间只隔3个工作日,拼上3天年假,两段假期就能连成13天的“超长假期”。

国庆长假最后一天,各大在线旅游平台陆续发布假期复盘。中国城市报记者梳理各平台数据发现,今年“双节”假期出行的人比去年多,路上却没有更挤。携程数据显示,假期里,国内游峰值日订单量约为日均的1.75倍,2024年是2.0倍,2025年是2.4倍,峰谷差连续3年收窄。

出发的日子被更细致、灵活地规划,行程被拉长,钱花在了更远的地方。各大平台的复盘数据显示,客流和消费正涌向中小城市和县域。

出发不再扎堆 峰值明显回落

今年中秋假期(9月25日至27日),不少人选择留在家,等到9月28日才请假出发,一路玩到国庆假期结束。游客自己把出发的日子拆成了两段。携程数据显示,800公里以上的长线订单在中秋段占比约24%,到了9月28日至30日升至约36%,两个出发高峰几乎持平,而2024年中秋的出行高峰只有国庆的约三分之二。客流被摊开,商家的旺季反而被拉长,中秋段、请假段的平均每间夜价格和每张票价格分别比国庆段低三成以上和近两成,游客花得更省,景区和酒店则在更多天里有客源,收入更加平稳。

去哪儿旅行数据显示,“双节”假期之间的3个工作日,酒店预订量同比增长52%。途牛记录了假期前的出游节奏,热度从9月24日起升温,9月27日

出现第一波峰值,假期首日再迎一波,一直持续到10月6日;选择假期前错峰早鸟游用户占比超过20%,另有超过10%的游客把行程贯通了“双节”。

据交通运输部统计,10月1日至7日,累计全社会跨区域人员流动量21.42亿人次,日均3.06亿人次,同比(2025年中秋国庆假期8天日均)增长0.6%。另据文化和旅游部数据中心测算,国庆节假期7天,全国国内出游8.26亿人次,国内出游总花费7383.75亿元,按可比口径(日均)同比2025年分别增长6.3%、4.3%。

“其实,今年假期的出游需求被摊开了,人还是不少,只是不再挤在同一个日子出门。”资深旅游从业者白浩在接受中国城市报记者采访时把原因归结到休假方式的弹性化上。

长线游升温 8天以上行程近乎翻倍

出发的日子被拆开之后,多出来的天数被游客用在了路上。错开的不只是出发的日子,行程也跟着拉长。携程度假产品数据显示,8天及以上行程的占比由2024年的不足6%升至今年的超过10%,出境度假游客中该比例由约29%升至约42%。据途牛数据,境内游人均出游天数接近4天,较去年同期增长超过30%。

距离的变化更直观,携程数据显示,今年国内游平均单程距离增至约560公里,西藏国内游订单同比增长近五成,青海、贵州、新疆均增长约四分之一。去哪儿把2000公里以上的长距离航线称作“追秋航线”,热度同比增长超过四成,飞赴新疆阿克苏的机票量同比增长90%。

一趟行程也不止一座城,

同程数据显示,多城串游用户平均停留的城市数量较去年同期增加了1.2个,新疆乌鲁木齐酒店预订热度同比增长超20%,阿勒泰地区超过70%。

自驾是长线行程中最常见的出行方式,据去哪儿数据,3至7天的自驾用户占比近七成,平均租车时长达到5.7天。木鸟民宿的数据信息中,连住7天及以上的订单同比增长30%。

白浩把变化概括为“半径变远”,800公里以上的长线游订单同比增长25%,一趟串联3座以上城市的用户增长54%。他提醒,今年西北长线的高增长高度依赖13天的时间窗口,2027年中秋与国庆相隔变远,长线出境行程的占比大概率向下回归。

在地消费跑赢路费

行程拉长后,钱也跟着变了流向。在北京工作的产品经理沈远,将国庆假期的旅行出发日提前到了9月28日,机票比正日子省了1000多元。他把整个假期的账本记得很细:机票800多元,住宿4000元,租车加油约3500元,吃饭、景点加购物约3000元,整趟下来仍花掉1万多元。“其实比我去年国庆出去玩还贵一点,但是玩的时间、体验、深度,确实都好太多了。”

把账算到整体,国庆节前抢跑出行的机票均价便宜20%左右,抢跑用户在平台上预订机票、酒店、门票的总花销反而比其他用户多13%,平均累计入住酒店5天以上。对此,去哪儿大数据研究院的结论是,游客的在地消费远超路费,省下的路费很快换成了在当地更长的停留时间。

“相比过去单纯追逐热门景点,如今消费者越来越关注



国庆假期,辽宁沈阳中街游人如织。江 慧摄

‘为什么去’和‘怎么度过这几天’。”途家民宿高级副总裁胡阳分析,今年的游客有的为秋景、演出、美食奔赴一座城市,有的主动避开拥挤,在近郊或小城住得更久,拼假游客连住3天及以上的订单同比增长超过五成;邓紫棋深圳演唱会带动大运中心体育场周边民宿预订量同比增长1倍。

游客愿意为什么样的体验付费?产品的热度给出了答案。飞猪数据显示,自然风光及村寨商品的预订量同比增长超过40%,预订“古村类”商品的用户数同比增长超过90%,非遗手作体验及参观类商品的预订量同比翻倍。到徽州学做徽墨、去贵州跟非遗传承人学银饰锻造、在海南体验黎族竹编,飞猪把非遗手作与住进古村一并归入“原生旅游”,并断言旅游的社交货币从“我去过”变成了“我会了”。

将消费留在当地,不少地方也在积极行动。同程数据显示,国庆假期前,平台接入广东省、江苏省苏州市等10余个目的地的文旅消费券,接入金额累计超过6000万元,同比增长325%。“先搜券再下单”成了不少游客出行的习惯。也有游客没赶上,选择浙江行的陆先生对记者表示“不太了解相关消费券”。陆先生和家人在假期打卡了杭州、绍兴,起因是孩子课本上学过写杭州的唐诗;整趟最贵的是住宿,占了总费用的一半。

县域客流增长 承接能力面临考验

钱和人一起往中小城市走,县域接住了客流,却在接待能力上遇到了新的考验。客流下沉的幅度比往年更大。据携程数据,东部游客的景区订单中,前往三线及以下城市的占比由2024年的约20%升至今年的约47%,西藏、新疆约三分之二的景区订单来自北京、上海、广东、浙江、江苏。去哪儿数据

显示,县城酒店预订热度同比增长35%,全国门票预订量前十的景区被小城包揽;木鸟民宿的数据里,三线及以下城市的日均订单同比增长17%。

同程旅行的黑马名单上,山西省晋城市陵川县酒旅预订热度同比增长超过230%,河南省焦作市修武县超过200%,陕西省宝鸡市太白县超过130%,青海省海北藏族自治州祁连县超过100%。榜单上几个县都有共同点,陵川的南太行红叶和挂壁公路自驾、修武的云台山赏秋、太白的太平洋公路云海,都靠一条路加一季景色撑起客流。

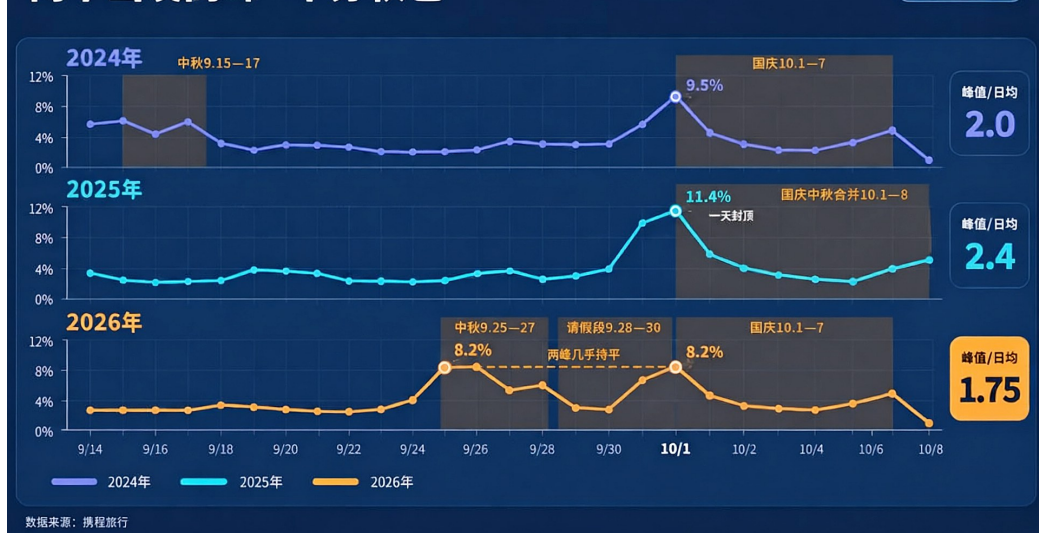
10月3日,祁连县迎来了一次接待能力的极限测试。祁连县常住人口5.26万,当天涌入的游客超过10万名,酒店、民宿全部满房。据祁连县文化旅游广电局方面介绍,该局在7小时内接到400余起住宿求助电话,随后开放县民族中学等两所学校的102间宿舍、500张床位,安置了500多名滞留游客。

“过去旅游更多是围绕去哪里,今天更多人开始为了一个故事而出发。”去哪儿大数据研究院研究员杨涵分析,江西上饶葛仙村凭古镇夜景和悬崖夜游、河北唐山河头老街凭水上夜游和实景演艺,一起挤进了全国热门景区前十,两者都属于“内容驱动型”景区。

热度之下,白浩提醒,县域黑马的产品以“看”为主,季节窗口只有两三周,承载力是临时上阵的;另有一批县域的热度由消费券撑起,券停发后能留下多少客流还不好说。

值得注意的是,江苏、浙江、山东、湖南、福建、贵州、内蒙古等地秋假或将落地或扩围,多与周末连休形成5天小长假,集中在11月中下旬。白浩把11月中下旬看作年内最确定的增量,参考2025年同期数据:秋假期间,浙江酒店、机票预订量分别同比增长68%和22%;四川省内景区门票预订量同比增长3.4倍。

两个出发高峰“平分秋色”



2024至2026年国庆假期国内游出发节奏对比。携程供图