

国庆假期长线游与深度游双线升温

■本报记者 梁傲男

受“请3休13”拼假出行带动,假期更长、半径更大、玩法更细成为今年国庆假期的鲜明特征。综合携程、同程旅行、美团及飞猪等平台的数据来看,国庆假期出行需求整体增长。传统热门城市热度领跑,小城游、县域游加速增长;传统文化游、赏秋游、观赛观演游等多元需求叠加,以情绪价值和体验型消费为核心的慢节奏、长停留、深体验、高品质旅游产品成为主流之选。

“游客出行不仅仅是看美丽风景,更是体验美好生活。今年国庆假期,游客的脚步越走越远,旅游空间在扩容,游客的体验边界也在拓展。”中国旅游研究院院长戴斌对《证券日报》记者表示,旅游目的地拥有烟火气、文化味和科技感,才会最大限度吸引游客到访,并让游客产

生消费。

出行半径拉长

美团数据显示,国庆假期期间,游客人均到访约1.2个城市,较去年有所提升。其中,通过飞机、高铁等交通方式组合,一次串联3个城市及以上的用户同比增长54%。马蜂窝数据显示,多城甚至多国“串联游”受到拼假出行及长线游游客的青睐,搜索热度环比上涨172%。“体验故事、满足兴趣”成为越来越多人评判旅行质量的核心指标。

与往年相比,消费者在单一目的地的停留天数有所增加,一地深度游显著推高了热门目的地的酒店预订热度。同程旅行数据显示,假期期间,传统长线游目的地的过夜游客同比增幅超过两成,新疆、宁夏、青海等目的地的过夜游客同比增幅超过三成。乌鲁木齐、三亚、昆明等地为国庆期间出游热度较高的长线游目的地。

跨境游市场同样表现活跃。出境游方面,途牛数据显示,东南亚短线游及欧洲长线深度游是用户热门选择。

去哪儿大数据研究院研究员杨涵表示,富有弹性的休假安排,在优化游客出行体验的同时,也能进一步激发更多的文旅消费。同时在客观上拉长了游客的出行半径,带动长线游、跨境游同步升温。

消费链条延长

在长线游、跨境游升温的同时,小城游和县域游也在加速承接分流需求,旅游目的地体系更趋分散。

美团、大众点评数据显示,三线及以下城市玩乐地点访问量较节前增长258%,增速约为一二线城市1.9倍。携程数据显示,东部游客前往三线及以下城市的景区订单占比由2024年的约20%升至今年的约47%。高消费客群在小城市花得更多、住得更久,该平台黑钻会员

在三线及以下城市订单占比由约28%升至今年的约31%。

县域目的地表现同样突出。马蜂窝数据显示,国庆假期期间,“奔县游”相关搜索环比增长238%,县域正从旅途“过路点”加速转变为独立旅行目的地。婺源、九寨沟、宜兴、香格里拉为假期国内热门区县目的地。

住宿数据也印证了这一趋势。万达酒店及度假村数据显示,10月1日至10月5日累计接待客流量同比增长23%。县域与下沉市场活力增强,河北遵化、山西平遥、陕西安康等地酒店表现亮眼,多家新开业县域门店快速实现高入住率。

预订热度增幅较大的县域目的地,均拥有极具特色的文旅体验项目或赏秋景点。同程旅行相关负责人提到,陵川县的南太行红叶和挂壁公路自驾,修武县的云台山赏秋人文之旅,太白县的太洋公路云海观景,是自驾秋游的热门选择;祁连县独有的雪山、丹霞、草原同框美景成为这个

长假的县域“爆款”,当地接待的游客量一度超过了全县人口总量,酒店民宿“一房难求”。

小城走红,不只带来住宿需求,也把消费链条留在了当地,目的地的本地体验成为游客行程的重要组成部分。以大理为例,大众点评数据显示,扎染体验、留云农场、滑翔伞基地等上榜玩乐地整体流量同比增幅接近110%,年轻人爱上探索小城特色玩乐,感受别处无法复刻的特色体验。

综合来看,今年国庆假期,旅游需求释放与供给创新形成共振。长线游、跨境游拓展出行半径,小城和县域承接更多客流,在地体验和本地消费延长了停留时间与消费链条。文旅促消费正在从单纯吸引客流,转向提升停留时长、丰富消费场景和优化服务体验的精细化阶段。

国庆假期AI硬件消费走热

■本报记者 贾丽

国庆假期历来是观察国内消费电子风向的关键窗口。苏宁易购数据显示,10月1日至7日,全国核心门店客流同比增长八成,AI(人工智能)家电销售同比增长超四成,成为换新主力。3C数码迎来新机窗口,AI硬件消费同步走热。

中国通信工业协会副会长韩朴科对《证券日报》记者表示,消费电子已经告别“普涨时代”,增长重心从硬件出货转向场景化AI落地,厂商竞争由硬件堆料转向软硬件生态与服务能力比拼,端侧AI正式成为撬动行业新消费的重要力量。

存量市场消费回暖

今年第四批总额625亿元超长期特别国债中,用于支持消费品以旧换新资金在国庆节前落地,叠加地方配套补贴,国补地补协同发力,激活节日消费活力。

记者走访北京多家品牌体验店与综合卖场发现,政策叠加新机热度带动门店客流走高,但分化明显。在头部手机品牌柜台中,消费者集中体验折叠屏、AI手机、AI PC等产品,预约取机用户较多;中低端机型柜台客流仍以比价为主,下单率偏低。

一位华为供应链的人士称,搭载麒麟9050系列处理器的华为顶配版手机产能尚在爬坡,首批货源倾斜核心渠道,线下门店高配机型普遍一上架就迅速售罄。

电商平台也走出了类似趋势。京东平台数据显示,国庆假期,AI手机成交额大幅上涨。其中6000元以上高端旗舰成交额增幅超三成,2000元以下入门机型继续下滑。PC市场同样分化,AI创作本热销,普通轻薄本走量平淡;传统耳机手环增长平稳,AI眼镜、便携影像设备订单大涨。

IDC中国研究经理郭天翔分析,当前智能手机市场最大矛盾在于硬件迭代速度与用户换机动力不匹配,行业进入长换机周期新常态,补贴与新机红利带来结构性修复。国庆假期亮点集中在高端产品、AI家电,本质是存量用户品质升级。特别国债支持的换新补贴降低高端产品购置门槛,短期拉动成交,但属于阶段性催化,补贴退坡后市场仍回归存量博弈。

同时,消费电子行业供应链和渠道方面依旧承压。存储芯片涨价抬升硬件成本,品牌给予渠道的让利空间被压缩,线下门店盈利更多依靠配件、延保。中小经销商主动缩减低端机型备货,转向高端产品与AI创新硬件体验销售。

AI终端市场前景广阔

今年国庆假期AI硬件消费表现亮眼。记者在多个电子卖场看到,亲子消费带动AI益智玩具、陪伴机器人热销,具备对话、情绪互动、科普讲故事功能的AI玩偶、儿童机器人产品走量明显。

根据淘宝平台数据,国庆假期,多款AI玩具迎来热销,销量同比上涨超150%,百元价位产品最受欢迎。旅游AI用品需求同步释放,AI跟随露营车、便携AI影像、智能导游终端受到青睐。

上海清宝引擎机器人有限公司董事长王磊对《证券日报》记者表示,国庆假期,景区AI巡游、服务机器人带动了民用轻量化文旅AI设备消费,形成场景示范带动终端零售的双向拉动。

国泰海通科技行业资深分析师李轩对《证券日报》记者表示,假期场景带动AI玩具、文旅AI设备、智能机器人崛起,叠加换新政策形成新增量。不过,要实现AI玩具、旅游AI用品、民用机器人持续放量,产业链需要补齐软硬件短板,优化场景适配,完善品控,持续挖掘细分市场机会。

整体来看,AI终端市场前景广阔,市场规模不断扩大。中研普华产业研究院发布数据显示,在政策托举、技术成熟与市场需求释放的多重因素共同作用下,国内AI全产业链整体市场规模已经突破万亿元。

李轩认为,端侧AI的规模化落地,离不开整条产业链各个环节的协同突破。中长期看,国内智能终端产业能否走出低迷,取决于端侧AI生态成熟度与场景落地能力。只有贴合真实需求、解决用户痛点的AI产品,才能在存量竞争中持续抢占市场,带动产业转型升级。

长线游推动旅游险市场升温

■本报记者 杨笑寒

今年中秋、国庆假期相隔较近,“请3休13”的长假带动了文旅消费市场活跃,长线游(行程覆盖2个以上市县住宿)的相关保障需求也水涨船高,文旅景点游客积极投保旅游险,部分头部保险平台的旅游险投保量随之增长。《证券日报》记者走访发现,市场增量主要集中在自由行、户外运动和出境游三类。

受访专家表示,旅游险市场的发展可以完善文旅消费保障体系、优化行业供给、减轻消费者旅游期间风险顾虑。未来,旅游险需从“标准化产品”向“场景化保障”进一步发展。

旅游保障需求增长

10月1日,在国家网球中心的

保险机构站点,工作人员向《证券日报》记者介绍了运动意外保险、境内旅游保险等产品。

互联网保险服务平台慧择相关负责人告诉《证券日报》记者,长线游出行半径拉长、行程复杂度上升,旅游险从“可选项”变成很多自由行、家庭游、户外游的“必选项”。

随着需求的增长,保险产品的供给也随之增加。记者注意到,在国庆假期到来前,一些保险公司上架了专项旅游险、节日版旅游险等。

慧择相关负责人表示,当前较受欢迎的险种可归为四类:一是全程综合境内旅游险,覆盖出发至回程的意外身故伤残、意外医疗、急性病等医疗需求;二是自驾游意外险,除基础意外医疗外,重点看驾乘意外叠加、道路救援、

高原反应等;三是户外和高风险运动意外险,覆盖了普通旅行险通常会免费的登山、骑行、潜水等活动;四是境外旅游险,包括航延取消、证件行李等责任。

对消费者而言,除了产品的价格、覆盖的保障责任外,理赔便利性、理赔难度和品牌也成为其关注的重点。

慧择相关负责人表示,保险产品保障责任复杂,消费者在购买时需注意以下误区:一是综合意外险与旅行险的保障责任不完全相同,年缴综合意外险多不覆盖高风险运动和急性病等责任,部分特殊风险仍需根据行程购买特定产品;二是保额并非越高越好,应关注免赔、赔付比例等关键信息;三是多数旅游险最快次日零时生效,出发当天买会出现“已上路但未起保”的空档情况,最好

提前预留保障时间;四是覆盖高风险运动的部分产品需详细了解相关条款。

旅游险相关市场潜力大

中国产业研究院研报显示,从规模看,受益于出境游全面复苏和乡村振兴带动的乡村旅游热,2029年旅游保险市场规模有望突破300亿元,年复合增长率保持在15%以上。

北京排排网保险代理有限公司总经理杨帆对《证券日报》记者表示,旅游险本身是文旅消费保障体系的一部分,它的作用不仅是发生意外后提供赔偿,也能够降低消费者对旅行过程中不确定风险的顾虑。随着国内旅游方式越来越多样,旅游险可以针对意外伤害、医疗费用、航班延误、行

小票根撬动文旅“大消费”

■本报记者 杜雨萌

“我是德约科维奇的球迷,为了看他比赛专门来到北京。”来自呼和浩特尹先生告诉记者。10月2日晚,位于北京的国家网球中心钻石球场几乎座无虚席。

2026中国网球公开赛(以下简称“中网”)横跨中秋、国庆假期。中秋假期前后,ITF青少年J300、大师赛MT400与开放日先行启动,爱好者近距离观摩球星备战,体验文艺演出、主题餐饮,选购纪念品周边,提前预热赛场氛围。ATP500与WTA1000职业正

赛则于9月30日揭幕,并贯穿整个国庆假期。

为进一步将赛事流量导入城市多元场景,今年北京市朝阳区将中网“赛场”延伸至城市空间,串联赛场外大屏、影院、商圈及文旅地标,通过丰富的第二现场“体验”,形成赛事与商业的双向联动,持续激发区域“赛事+”消费活力。同时,北京市朝阳区还以“票根经济”为纽带,联动中网,整合区域住宿、运动、演艺、餐饮、商圈等280余项优惠权益,让观赛凭证变为惠民消费券。市民游客持票根到对应商户,即可享受相应优惠。

“今年国庆假期,以中网为代表的体育赛事对文旅消费的拉动,最明显的变化是赛事从独立活动转向城市消费的流量入口。”苏商银行特约研究员付一夫告诉《证券日报》记者,通过全城“超现场”,影院联动和商圈嵌入,赛事体验被植入文化、商业与公共空间,消费链条从赛场延伸至全城节点。一张票务撬动的不再只是一场比赛,而是整座城市的假日消费生态。

中国旅游研究院研究员黄璜在接受《证券日报》记者采访时表示,今年北京推出的“票根经济2.0”和全城“超现场”,本质上是对

传统“门票+景区”模式的一次系统性升级。从消费转化率来看,传统“门票+景区”模式下,游客在目的地的二次消费转化率通常有限,而中网票根经济构建的全链路消费体系,使赛事观众人均消费从单纯的票务支出扩展至餐饮、住宿、零售、文创等多环节,最终实现了体育赛事对全城旅游休闲经济的激活。

值得一提的是,WTT中国大满贯赛连续三年在国庆假期与中网形成“同城双赛”格局,两项顶赛事相互引流,让北京在国庆假期成为名副其实的“国际赛事周”举办地。

当前,随着居民消费向服务化、品质化加快升级,赛事型消费也日渐成为扩内需、促消费的重要抓手。为进一步推动体育赛事发展,激发消费活力,政策层面的持续加码,为一张赛事“票根”撬动城市文旅消费打开了更广阔的想象空间。

在黄璜看来,赛事型消费正从假日消费的补充角色成长为重要的结构性增量,增速与溢出效应均显著领先于传统观光模式。与此同时,赛事也正成为吸引年轻客群、拉动跨城消费的关键触点。

工厂“变身”文旅新空间

■本报记者 丁蓉

在北京首钢园近距离感受三高炉的“功勋高炉”气势,来到长春中国一汽博物馆重温我国汽车工业一路走来的历程,走进武汉小米智能工厂沉浸式体验充满未来感的智造厂区……过去“闲人勿进”的生产车间、尘封岁月的工业遗址、科技感满满的智造中心,摇身变为文旅新空间。今年国庆假期,工业游成为深受人们喜爱的旅游方式。

屿策智库秘书长侯文杰在接受《证券日报》记者

采访时表示:“多地企业积极探索,解锁工业文旅新玩法,让游客沉浸式、互动式感受工业文化,既提供了全新的文旅体验,也打通了企业品牌传播的新路径。”

多名业内人士表示,工业游面向的游客群体,既包括国内家庭和研学群体,也包括海外投资者、跨国企业高管和全球科技从业者,通过工业游可以直观观察中国制造业升级的步伐。沉浸式工业游体验让消费者与企业品牌

建立起更强的情感联结,加深消费者对品牌的认同。

携程发布的数据显示,高科技与重工业研学游成为市场的黑马,预计未来5年中国工业旅游产业将保持18%的年均增速,到2029年市场规模有望突破3000亿元。

工业游的快速发展,离不开政策的支持。今年5月份,文化和旅游部等7部门联合印发的《关于弘扬工业文化 保护工业遗产 发展工业旅游的通知》提出,积极发展工业遗产游,鼓励以创意设计、业态植入、风貌改造等方式活化利用工业遗址,

发展工业旅游新场景、新业态、新模式。

政策红利下,头部企业加速布局高品质工业游文旅载体。9月28日,TCL工业博物馆在广东惠州落成。这座博物馆坐落于TCL前身“TTK家庭电器有限公司”旧址,保留改革开放初期惠州电子工业的建设风貌,馆内把磁带生产线、老式电话机、初代彩电等早期工业藏品与当下前沿的显示、光伏技术成果串联陈列,以完整时间轴展现我国半导体显示等产业数十年技术迭代与升级的过程。

入园客流实现连年攀升的北

京首钢园,仍在持续完善布局,推动“厂区”“园区”向“社区”“街区”转变,打造“一起向未来”的新地标。具体来看,首钢园将聚焦科幻元宇宙、虚拟现实、游戏电竞、智能机器人等产业,拓展会展经济、文旅消费。

众和昆仑(北京)资产管理有限公司董事长柏文喜对《证券日报》记者表示,要推动工业游健康持续发展,应深挖工业文明内涵,注重教育性和趣味性结合,充分运用人工智能、增强现实等前沿科技,构建沉浸式体验,全方位提升游客舒适感与满意度。



图①石家庄苍岩山景区
图②国家网球中心钻石球场

图③苏州博物馆
图④杭州西湖游船 梁傲男/摄
杜雨萌/摄