

## 数读：2023 中秋国庆假期旅游市场晴雨表

作为三年风雨后后第一个常态化出行的大长假，2023 年中秋国庆假期旅游市场情况备受关注。

假期结束后，文化和旅游部数据中心发布的全国旅游市场“成绩”，反映了行业发展的基本情况，令人振奋。

结合近期诸多提振政策，以及正在复苏的旅游市场呈现的新态势，《2023 中秋国庆假期旅游市场晴雨表》（以下简称《晴雨表》）从省-市-景区维度，更具体、详实的进行了多视角数据分析。《晴雨表》基于游客行为监测与决策服务文化和旅游部技术创新中心（筹）（以下简称创新中心）自有监测数据，从客源市场和目的地两个方面，省、市和景区三个层次进一步解析中秋国庆假期的旅游市场特征，其中景区覆盖全部 318 家 5A 级旅游景区，时间维度自 9 月 29 日至 10 月 6 日共计 8 天。

扩展阅读：

《2023 年“五一”假期 5A 景区游客接待量报告》

《2023 年端午假期全国、省域、5A 景区旅游市场报告》

《游客行为监测与决策服务文化和旅游部技术创新中心（筹）获批建设》

## 一、5A 景区：热度依旧，中远程市场恢复显著

从单体旅游项目的角度来看，5A 景区依旧是旅游市场的主力之一。创新中心基于此次监测的全国 318 家 5A 级旅游景区 9 月 29 日至 10 月 6 日共计 8 天的中秋国庆假日数据分析，游客量排名前 50 的 5A 景区共接待游客 4184.12 万人次，平均每家景区接待游客 83.68 万人次，平均每家景区每天接待游客 10.46 万人次。回顾“五一”假期，游客量排名前 50 的 5A 景区，共接待游客 1408.89 万人次，平均每家景区接待游客 28.18 万人次，平均每家每天接待游客 5.64 万人次。

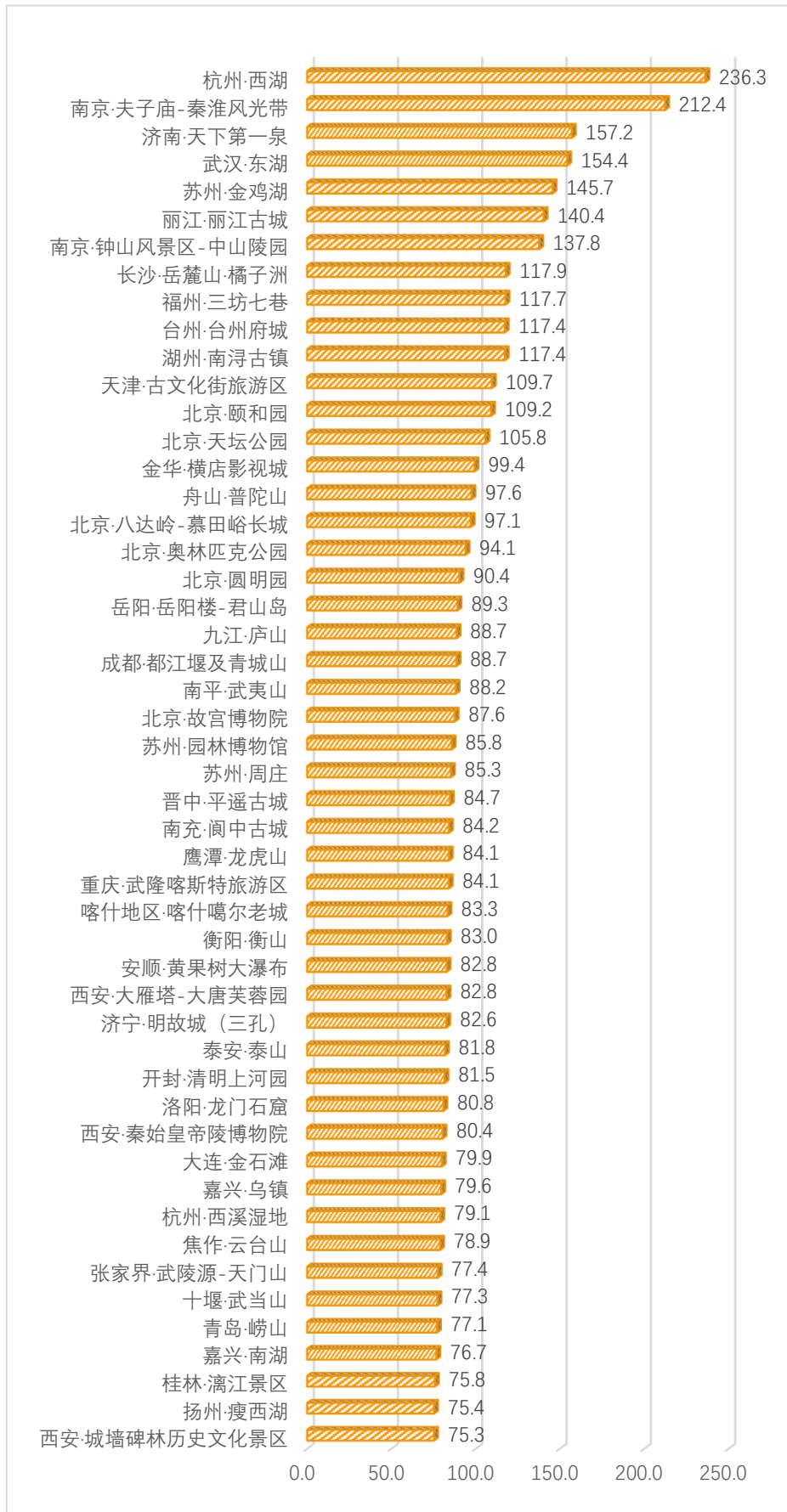


图 1 2023 年中秋国庆假期 5A 景区游客量 TOP50

注：图中游客量已折算成指数体现

## 1、城区开放型景区表现更加亮眼

中秋国庆假期，热点目的地城市中心城区的开放型 5A 景区游客量遥遥领先于非城区型景区。其中，杭州西湖、南京夫子庙-秦淮风光带继“五一”和端午假期之后，继续保持在游客量前两位。此外，武汉东湖、苏州金鸡湖、长沙岳麓山-橘子洲、福州三坊七巷、台州府城等城市开放型景区和济南天下第一泉、南京钟山风景区-中山陵园等城区型景区游客量也位居前 10。游客量排名前 10 位的 5A 景区中，城区、开放型景区占据 9 家，几乎霸榜。

## 2、封闭型景区综合收益显著增长

中秋国庆假期，5A 景区不仅游客量增长显著，在收入方面，也显著超越了同期水平。在封闭型管理的景区中，黄果树旅游区共接待游客 47.72 万人次，实现旅游综合收入 3.27 亿元；云台山景区（青天河、神农山未计入）旅游收入达 8303.93 万元；泰山 8 天假期累计接待进山游客 46.28 万人，仅 10 月 4 日下午 2 时到 5 日下午 2 时，24 小时内泰山三条索道（中天门、桃花源、后石坞）接待游客 4.63 万人次，实现收入 448.13 万元。清明上河园景区游客量超 45 万人次，同比 2019 年增长 39.5%，收入 5858.82 万元，同比增长 46.1%，游客量和综合收入均创历史新高。五台山景区共接待游客 22.35 万人次，同比增长 677.47%；门票收入 2543.51 万元，同比增长 594.62%。

### **3、北京景区市场表现亮眼**

国庆节到天安门广场看升旗是不少人的旅游心愿。作为全国的首都，北京是国庆长假旅游出行的重要选择。今年北京中秋国庆假期期间，北京全市 8 个 5A 景区中有 6 个进入了游客量 TOP50，分别是颐和园、天坛公园、八达岭-慕田峪长城、奥林匹克公园、圆明园、故宫博物院，6 个景区的游客量总计达 469.04 万人次。

### **4、中远程旅游景区复苏显著**

今年中秋国庆假期时间长，且全国大部分地区天气条件较好，适合出游，游客的出行距离显著拉长。从游客到达景区的出游距离来看，5A 景区到访游客中，出游距离在 800 公里以上，游客量前 10 的景区是杭州西湖、丽江古城、南京夫子庙-秦淮风光带、南京钟山风景名胜区-中山陵园、北京颐和园、北京天坛公园、长沙岳麓山-橘子洲、北京故宫博物院、武汉东湖、北京圆明园，每个景区平均接待出行 800 公里以上游客的数量为 46.2 万人次。

## **二、省市目的地：资源产品和设施服务塑造吸引力**

### **1、省级层面：资源大省和人口大省游客量居前**

以跨市旅游（即离开日常生活城市）为指标，跨市游客量最高的 10 个省市分别是河南、广东、山东、四川、江苏、湖南、安徽、湖北、河北、浙江，其跨市游客量总计为 2.04 亿人次，平均每个省份跨市游

客量达 2043.2 万人次。

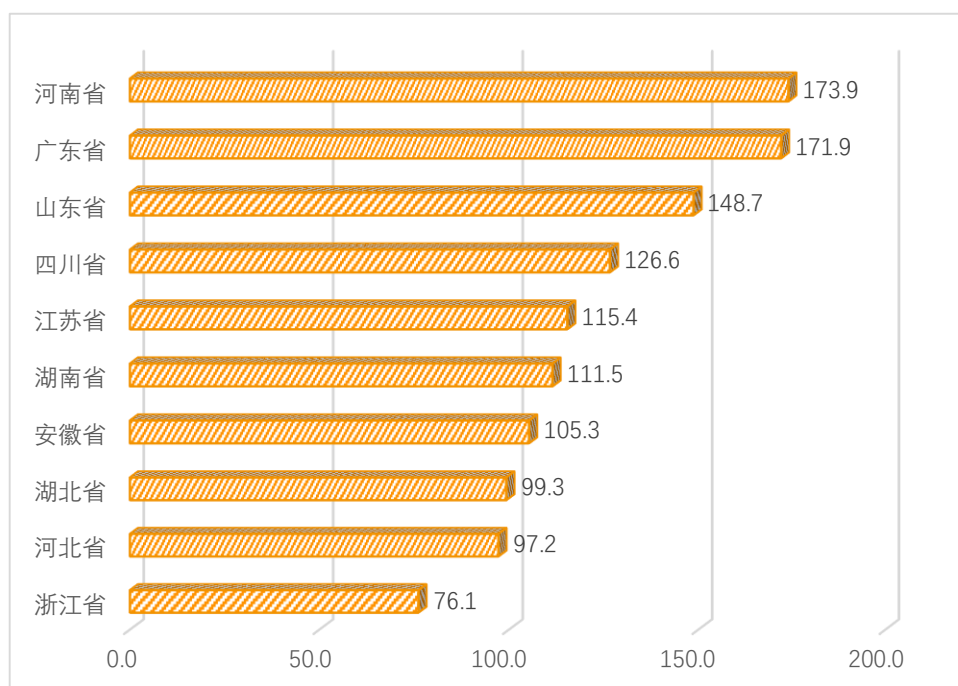


图 2 2023 年中秋国庆假期省级跨市游客量 TOP10

注：图中游客量已折算成指数体现

从接待游客的出行时长来看，山东、广东、湖南、安徽、河北接待 6-8 天出游时长的游客量最多，总计达到 1389.1 万人次，平均每省 277.8 万人次。接待 4-5 天出游时长游客量前 5 位的省份分别是广东、山东、湖南、四川、安徽，总量达到 2246.9 万人次，平均每省 449.4 万人次。

上述省份既是旅游资源大省，本身或周边又是人口大省且经济较为发达；不仅接待的跨市游客总量表现突出，在该地停留时长较长的游客总量也较高。

## 2、城市层面：热门目的地城市继续引领市场

以跨市旅游为指标，今年中秋国庆假期接待游客量前 10 的城市（包含直辖市）为成都、北京、广州、重庆、郑州、西安、长沙、武汉、上海、苏州，10 个城市接待的跨市游客量总计为 4401.6 万人次，平均每个城市接待 440.2 万人次。

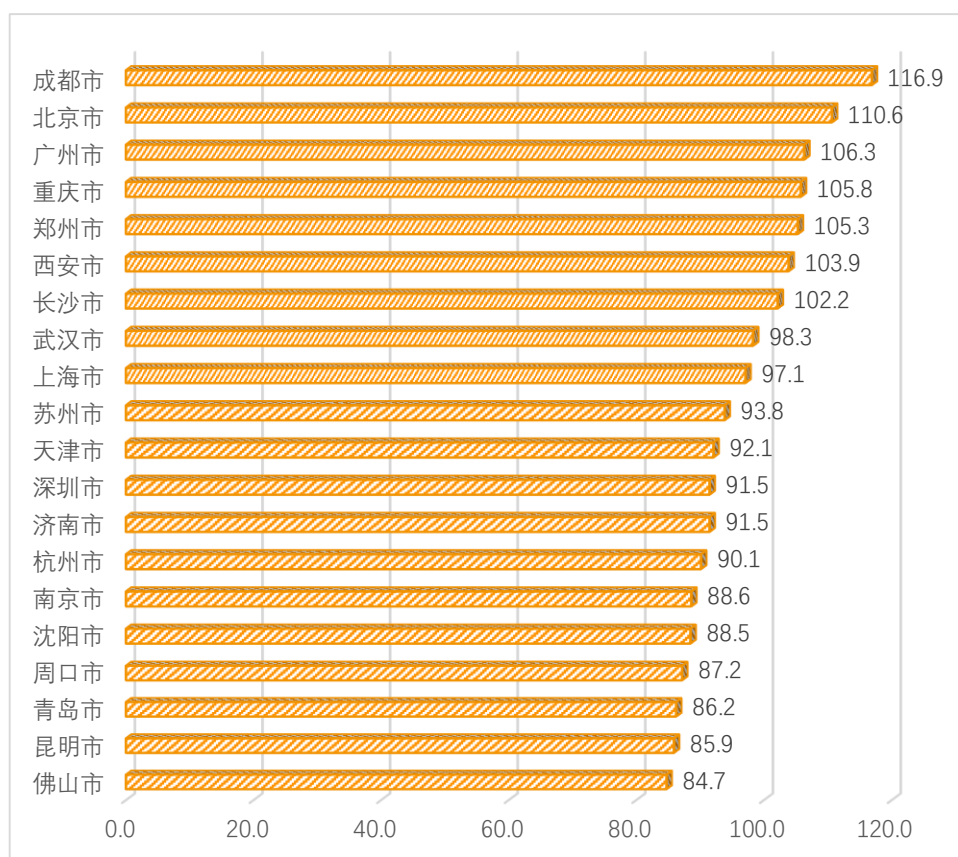


图 3 2023 年中秋国庆假期市级跨市游客量 TOP20

注：图中游客量已折算成指数体现

从接待游客的出行天数来看，重庆、北京、成都等直辖市和副省级城市接待 6-8 天出行时长的游客最多。成都、北京、重庆、广州、西安等副省级以上城市接待 4-5 天出行时长的游客最多，总量达到 468.9 万人次，平均每个城市 93.8 万人次。

### 三、客源市场：经济水平和人口总量决定旅行特征

#### 1、省级层面：经济和人口大省出游量居前

根据创新中心数据，中秋国庆假期期间，全国 31 个省区市（不含香港、澳门和台湾）游客出游排名前 5 位的依次是广东、山东、河南、四川、河北，第 6-10 位依次是江苏、安徽、湖南、湖北、浙江。比对发现，游客出游前 10 位省份与经济总量及人口总量前 10 省份基本一致，体现出经济基础和人口基数影响旅游出行。

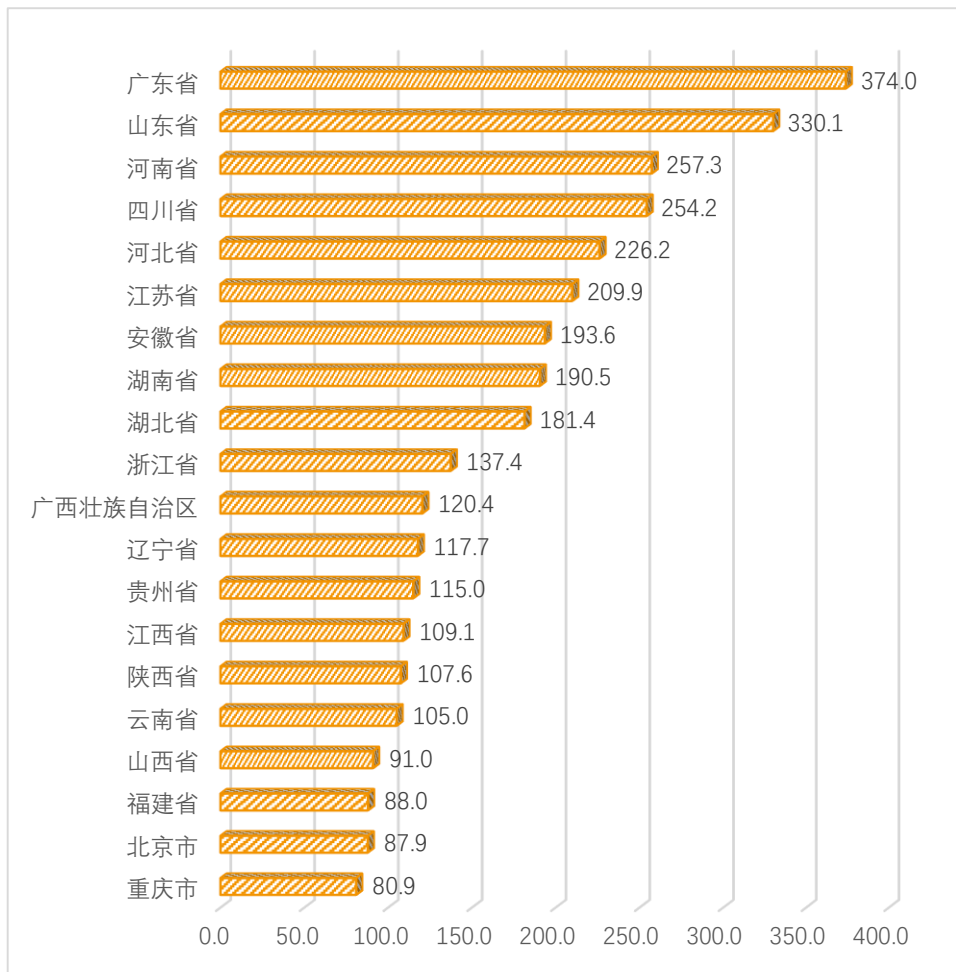


图 4 2023 年中秋国庆假期省级游客出游 TOP20

注：图中游客量已折算成指数体现



以跨市出游量为指标，出游能力最强的 10 个省份是广东、河南、山东、江苏、四川、安徽、浙江、河北、湖北、湖南，与出游总量前 10 的省份基本一致。这 10 个省份游客的跨市出游总量为 1.58 亿人次，平均每个省份为 1580.0 万人次。

以跨市出游天数为指标，出游天数 6-8 天游客量最多的 5 个省份分别是广东、江苏、四川、北京、山东，5 省份出游总量 1806.3 万人次，平均每省 361.3 万人次；出游天数 4-5 天游客量最多的 5 个省份分别是广东、四川、江苏、山东、安徽，5 省份出游总量为 2370.0 万人次，平均每省 474.0 万人次。以上省份出行天数较长的游客量大，对旅游消费市场的贡献显著。

## **2、城市层面：经济强市和人口大市出游量靠前**

根据创新中心数据，游客出游量（指跨市出游量）最高的 20 个城市（含直辖市），共有 1.38 亿人次出游。第一梯队为北京、重庆、上海、成都、天津；其余 15 个城市中 11 个为省会城市，4 个是经济较为发达、人口数量较高的城市。

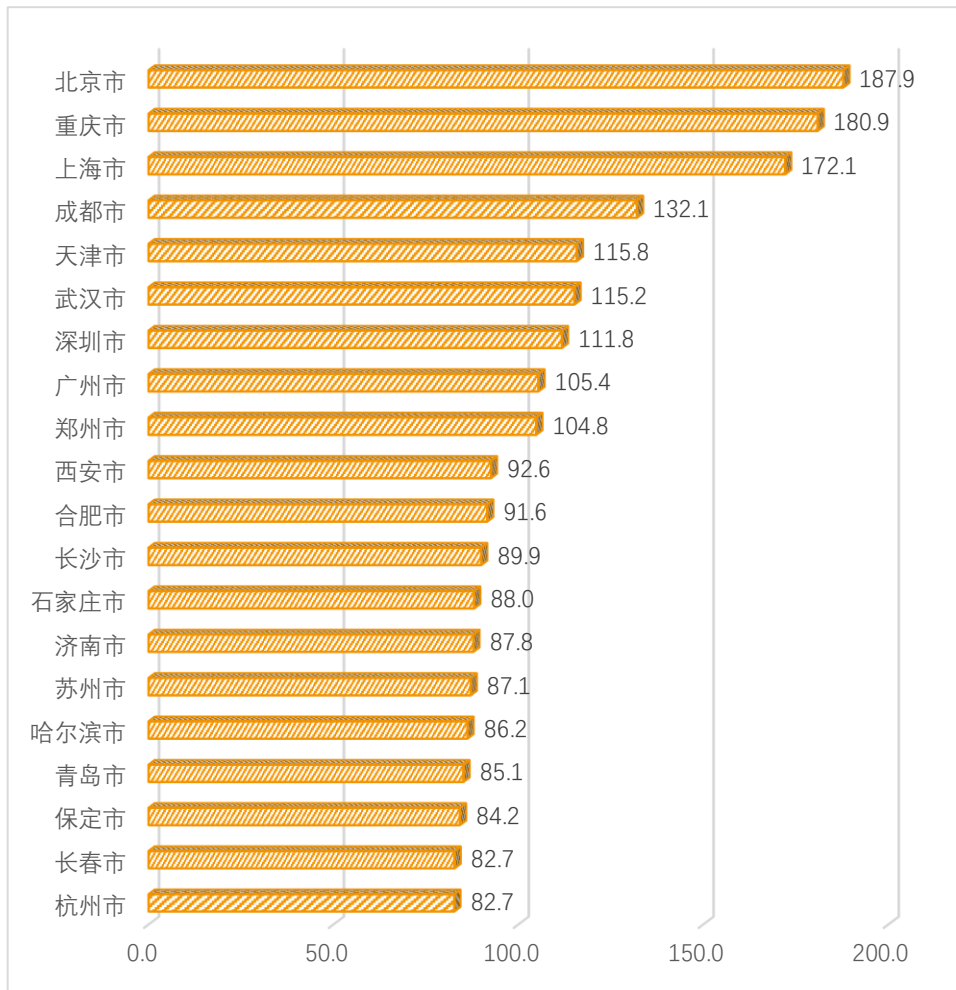


图 5 2023 年中秋国庆假期游客出游量城市 TOP20

注：图中游客量已折算成指数体现

以跨市出游量为指标，出游能力最强的 10 个城市是北京、上海、成都、深圳、武汉、广州、郑州、重庆、天津、西安。这 10 个城市的跨市出游游客总量为 5476.4 万人次，平均每个城市为 547.6 万人次。

从游客出行时长的角度，跨市出游游客中，6-8 天出游游客量最高的 5 个城市是北京、上海、深圳、成都、广州，出游总量为 968.1 万人次，平均每个城市 193.6 万人次；4-5 天出游游客量最高的 5 个城市

是北京、上海、深圳、成都、武汉，出游总量为 952.4 万人次，平均每个城市 190.5 万人次。2-3 天出游游客量最高的 5 个城市是上海、北京、成都、郑州、武汉，出游总量为 1148.7 万人次，平均每个城市 229.7 万人次。经济越发达、居民可支配收入越高的城市，选择长时间出游的游客量越大。

#### **四、全国市场：全面复苏之后还待持续繁荣**

根据文化和旅游部数据中心测算的数据，今年中秋国庆 8 天假期，国内旅游出游人数 8.26 亿人次，实现国内旅游收入 7534.3 亿元，按可比口径分别较 2019 年增长 4.1%和 1.5%，实现了全面的复苏和预期的增长。假期全国边检机关共查验出入境人员 1181.8 万人次，日均 147.7 万人次，较去年同期增长约 2.9 倍，是 2019 年同期的 85.1%。其中，入境 587 万人次，出境 594.8 万人次。10 月 2 日，出入境人员突破 167 万人次，为节假日期间单日最高。

在游客出行特征方面，假日期间，国内游客平均出游半径 189.5 公里，按可比口径较去年假日同日增长 59.6%；游客在目的地的平均游憩半径 17.9 公里，按可比口径较去年假日同期增长 86.0%。

在产品和服务体验方面，以智慧旅游沉浸式体验新空间为代表的新产品新场景开始成为文旅消费的新热点，长安十二时辰主题街区、尼山圣境、上海天文馆、中国大运河博物馆、《夜上黄鹤楼》等智慧旅游

沉浸式体验新空间，继暑期火爆之后，在双节期间继续受到游客追捧。据统计，双节假期，长安十二时辰主题街区累计接待游客 6.4 万人次，游客量同比增长 30%，营业额同比增长 105%。只有河南·戏剧幻城，8 天假期旅游收入达到 6890 万元。

景区、度假区、夜经济提质升级举措不断，通过内容创新和场景营造，持续提升产品内涵和服务品质。如欢乐谷旗下 14 家主题乐园推出“国色生欢”“Happy China”主题玩法，成功吸引了大量亲子客群；郑州的银基国际旅游度假区 8 天假期接待 43.21 万人次，实现旅游收入 10188.7 万元。9 月 28 日 18 时至 10 月 6 日 6 时，243 个国家级夜间文化和旅游消费集聚区夜间客流量 1.12 亿人次，平均每个集聚区每夜 5.76 万人次，较 2022 年国庆节假期增长 68.7%。

中秋国庆假期前期，国务院办公厅印发了《关于释放旅游消费潜力推动旅游业高质量发展的若干措施》的通知，提出要从扩大优质旅游产品和服务供给、激发旅游消费需求、加强入境旅游工作、提升行业综合能力和完善保障措施五大方面进一步促进旅游业的发展。利好政策的保障，也将在更长的时间内为行业的加速提振保驾护航。

中秋国庆假期的全国旅游市场表现，基本反映出旅游消费的全面复苏，但旅游市场后续发展，除国办文件等政策赋能外，更多需要旅游供给方和旅游从业者提高旅游产品、提升旅游业态、更新旅游服务，推出

更加适合市场的多元化内容，以推动旅游消费的持续繁荣。

受三年疫情及国际政治经济形势等诸多复杂因素的影响，旅游业发展的基本面已经发生了一定程度的改变。从国内旅游市场来看，虽然节假日旅游消费态势喜人，但还要看到非节假日的旅游淡季市场情况，还要关注不同地区和旅游项目之间发展不平衡的情况，以及在消费者更加理性之后，相当一部分中等收入和一般收入群体，旅游消费能力出现的新变化。从入境和出境旅游市场来看，恢复之路显得更加漫长，尤其是入境旅游从旅游的国际形象、产品更新、客源市场、供给链条到境内接待发生了根本的变化，更亟待政策和市场双向促进。

疫情之后的第一个大长假已经圆满落幕，多层次数据展现出更深层次的市场特征，值得继续思考和寻求相关问题的解决之道。作为文化和旅游部遴选的第一批全国技术创新中心，**游客行为监测与决策服务文化和旅游部技术创新中心(筹)**将继续深耕旅游市场、游客行为数据，为行业管理和决策服务提供更多支持。

数据说明：

(1) 本文数据主要来源于游客行为监测与决策服务文化和旅游部技术创新中心(筹)监测数据。(2) 出游量是指离开常住地(10公里且6小时以上)到访其他地区的游客量，1人出游到访多地计为1人次。(3) 跨市出游是指离开常住城市到访其他城市。