



编者按

今年“黄金周”恰逢国庆与中秋“双节”叠加,全国迎来为期8天的文旅盛宴。据国家文化和旅游部数据中心测算,假期全国国内出游达8.88亿人次,国内出游总花费8090.06亿元。各地依托资源禀赋,推出丰富多彩的文化和旅游产品、服务与活动,推动文、旅、商、体、展等多领域深度融合,“出境游”“县域游”“文化游”等新亮点不断涌现,有效激活了消费新动能。本期“一线调查”聚焦山东、浙江绍兴、安徽亳州等地“火热滚烫”的文旅市场,以点带面,展现了全国“假日经济”所蕴含的蓬勃活力。

“双节”同庆 古城焕新 ——绍兴假期文旅消费“双向激活”

■ 虞博涵

中秋月照乌篷船,国庆风拂青石板。2025年国庆中秋“双节”期间,浙江省绍兴市累计接待游客467.16万人次,同比增长8.6%,实现全域旅游综合收入39.1亿元,呈现出文旅与消费双向激活的良好态势。从古今交融的Citywalk到古镇的非遗奇遇夜,从沉浸演绎的宋韵雅集到多元发展的乡村漫游,绍兴这座千年古城以传统与现代的碰撞、文旅与消费的融合,打开了全域文旅高质量发展的新空间。

深挖文化资源 拓展消费新场景

绍兴以多样化的文化活动为抓手,精心打造多元文旅场景,推出多项消费活动,为旅游产业注入新动能,有效拉动了消费增长。

“双节”期间,绍兴推出“古城醉中秋”IP,开展无人机秀、拜月仪式、赏月宴等100余场活动,主会场城市广场8天累计人流超50万人次。鲁迅故里景区通过延长开放时间、打造“三味VR研学堂”、开通免费旅游定制巴士等优化措施,客流量同比增长约80%。黄酒小镇、柯桥古镇、安昌古镇等特色古镇,推出“醉东浦·梦华录”、非遗中秋游园会、水乡婚礼巡游、“布上江南”奇遇夜等体验场景,吸引大量游客前来打卡。绍兴市文化馆等7家市级公共文化场馆联合推出44项公益文化活动,丰富了游客与市民的文化生活。

与此同时,绍兴积极开展“名城绍兴·乐享金秋”2025年金秋文旅消费季活动,构建“517促销体系”,发布“诗韵越水”活动带动水上旅游升温。其中“越水长游”水上游线

接待游客数量同比增长10.2%，“浣纱江夜游”“漫游娥江”等热门航线更是一票难求。高德地图扫街榜、美团大众点评进一步激活线下业态,“烟火气”与“本地味”交织,充分彰显了文化赋能下绍兴旅游消费的强劲活力。

推进“文旅+”跨界融合 释放增长新动能

国庆中秋“双节”期间,绍兴以多维度“文旅+”模式激活市场活力。一系列“文旅+”实践,不仅丰富了游客体验,更推动文化资源从单一形态向复合型消费价值升级,释放出经济增长的强劲动能。

在“文旅+产业”方面,绍兴诸暨依托当地珍珠产业特色,推出首届“山下湖(国际)开蚌节”等文化体验活动,累计吸引超12万人次游客;在“文旅+商业”方面,迎恩门风情水街联动银泰购物中心推出创意活动,假期首日客流量同比飙升350%;在“文旅+演艺”方面,沈园景区、兰亭景区等推出《梦回沈园·钗头凤》《兰亭传奇》《阳明那些事》《梦回大观园》等创新剧目,通过“实景演出+环境式演艺秀”形式,实现戏曲的沉浸式体验,沈园景区夜间演艺销售额同比增长54%;在“文旅+赛事”方面,10月4日、5日诸暨队、绍兴队两场主场“浙BA”比赛吸引游客超2万人次,“票根经济”成功将观赛人流转化为超亿元文旅消费。

此外,绍兴以“文旅+新媒体”赋能文旅新发展,依托“遇见绍兴”文旅新媒体矩阵,打造“主流媒体引领+KOL赋能+新媒体矩阵发力”联动推广模式,推出五大推荐地图、六大推荐路线,相关内容传播量达500万人次。其中,迎恩门街区联合新华网直播《迎恩盛典》情景演出,假日期间线下游客同比

增长23.6%。

借势“反向游”出圈 构建旅游新生态

以“反向游”助力旅游发展,绍兴串联全市40余个景区,打造有深度、个性化的乡村体验,成功开辟了区别于传统热门景区的消费新市场。乡村凭借丰富的自然景观、特色民宿与多元农事休闲活动,成为游客“反向游”的热门选择,推动了全域旅游市场的多元化发展。

秋色盛景,游人如织。绍兴上虞覆卮山“晒秋”凭借独特乡土景观吸引了大量游客,日均游客超1.5万人次,短视频直播吸引超10万人次围观。绍兴新昌山中来信等特色民宿10月1-5日订房率均为100%,亲子房、露台房等特色房型一房难求。

户外活动,人气汇聚。绍兴诸暨五泄景区推出“寻麓计划”,累计接待乡村游客30余万人次;绍兴嵊州“稻谷梦·富乐田园”农文旅综合体开园首日即迎来1.5万游客,刷新当地乡村文旅项目“开门红”记录;西白忘忧露营基地和特色漫步线路,以“枕山、听溪、观星”吸引游客20余万人次。

乡土风物,广受好评。安昌古镇举办“月满安昌,一树生财”国庆活动,各类特色项目吸引游客超27万人次;上虞“中秋乡土季”开展采摘、挖薯、制糕等农事体验,让游客切身感受乡村生活。

创新供给激活消费潜力,文化赋能彰显城市魅力。绍兴正稳步迈向文旅产业高质量发展的新阶段。未来,这座“没有围墙的博物馆”将持续推动文旅深度融合,谱写“越来越好”的文旅新篇章。

山东假日旅游呈现新趋势

自驾、反向、低价游受追捧

本报讯 今年国庆、中秋“双节”合并形成8天长假,探亲与旅游需求交织,居民出游需求集中释放。近期,国家统计局威海调查队对230名居民开展的国庆假期出游专题调研结果显示,居民假期出游热情高涨,出游路线以中长途为主,出游方式更加灵活自由,出游选择呈现多元化、小众化趋势,出游理念回归旅游本质,整体体验满意度较高。

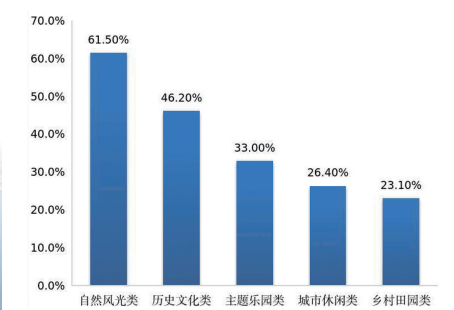
——中长途旅游占主导,出行更趋自由灵活。充裕的假期为居民跨区域旅游创造了条件,自驾自由行以其灵活性和自由度,成为居民出行,特别是全家出游的首选。调研显示,国庆期间,54.9%的受访游客选择跨市或跨省出游,29.7%选择本市周边区县游;51.6%的受访游客出游时间超过3天,其中23.4%超过5天。从出行方式和行程安排看,91.2%的受访游客为“完全自由行”,全程自行规划行程;76.9%的游客选择自驾出游。受访游客王女士表示,假期带父母和孩子出市游玩,考虑到老人和孩子的不同需求,兼顾出行性价比,最终选择自驾出行,根据家人意愿随时调整路线和行程,非常方便。

——目的地选择多元化,反向旅游成新风尚。在居民旅游需求日益多元与文旅市场供给不断丰富共同推动下,出游选择呈现多样化特征。以民俗、赏秋为特色的非热门小城逐渐走红,反向旅游因高性价比和舒缓体验受到青睐。从目的地类型看,61.5%的受访游客选择自然风光类,46.2%选择历史文化类,33.0%选择主题乐园类,26.4%选择城市休闲类,23.1%选择乡村田园类。73.6%的受访游客选择前往大城市

周边的县城、乡村以及非传统旅游目的地的小众城市。“现在非热门城市文旅发展势头很好,差异化体验更强,还能避开人流拥挤,小众城市已成为我出行的首选。”刚结束安徽桐城之旅的郑先生表示,“在小城桐城,我感受到了‘文章甲天下’的文都风采。”

——旅游需求回归本质,出游体验满意度高。随着居民旅游消费观念转变,游客不再盲目追求高消费,旅游重心从“花费多、项目多”转向“体验好、感受深”,需求更加回归本质,行程安排更看重性价比。调研显示,45.1%的受访游客实际花费低于节前预算。具体来看,74.7%的游客人均花费在3000元以下,其中60.3%低于1000元。消费支出以住宿、餐饮为主,住宿类型多为经济型酒店。61.5%的受访游客对景点吸引力表示满意,35.2%对文化氛围表示认可。受访游客王女士表示,自己提前做了攻略,相比旅游团的高价多项目路线,她“少而精”的行程安排性价比和体验感上都更令人满意。 杨跃婷

国庆假期威海居民游客出游目的地类型选择情况



传统与现代交织 消费活力迸发

——亳州“双节”文旅市场观察

■ 陈晨

文旅消费是促进民生改善的重要支撑,也是消费转型升级的重要方向。今年国庆、中秋“双节”叠加形成的8天长假,为文旅市场注入了强劲动能。国家统计局亳州调查队近期针对安徽省亳州市129名游客和40家文旅企业开展的专题调研结果显示,假日期间,亳州文旅市场呈现出“供给优质、需求旺盛、融合创新”的鲜明特点,传统与现代交融带来的消费活力在城乡之间持续涌动。全市累计接待游客595.2万人次,同比增长15.1%;实现旅游收入38.89亿元,同比增长16.9%,文旅消费对经济增长的拉动作用进一步增强。

规划引领 发展根基“固”起来

近年来,亳州市以系统性规划为核心,通过政策配套、资金扶持与资源整合三维发力,不断夯实文旅消费市场的发展根基。当地先后印发了一系列加快建设高品质旅游强市的政策措施与地方法规,编制完成《全域旅游发展规划》《“十四五”文化旅游发展规划》等专项蓝图,明确“一核引领、全域联动”的空间策略,推动“一县一特色、全域皆风景”的布局持续优化。

今年,市级财政安排2753万元专项资金用于文物保护与景区提升,协同豫鲁苏皖周边省份设计跨区域旅游线路,44家A级景区构成的矩阵持续扩容提质。政策红利正加速转化为发展实效。由废弃窑场改造而成的华佗百草园,自2023年

开园以来累计接待游客330万人次,实现收入4200万元,带动周边餐饮、住宿、零售等相关产业产值达1.2亿元,成为“生态修复+文旅融合”的典型样本。

调研显示,62.5%的受访文旅企业对当地营商环境表示满意,其中“非常满意”的占30.0%，“比较满意”的占32.5%。优质营商环境为市场主体注入了坚定信心。

非遗赋能 传统文化“活”起来

立足中医药文化、曹魏文化等核心资源,亳州市将非遗元素转化为文旅核心竞争力,让千年文脉在假日消费中焕发新的生机。“双节”期间,全市策划的93项文旅活动中,近半数融入了文化元素,其中万人级活动10个、千人级活动26个,形成“白天体验非遗、夜晚沉浸演艺”的立体消费场景。

华佗百草园推出“青囊逐月·非遗绽彩”系列演出,川剧变脸、五禽戏等国家级非遗项目轮番上演,带动10月7日景区单日接待量同比增长23.4%,营业收入激增106.1%。花戏楼景区的方言版《白蛇传》《七品芝麻官》与皮影戏、二夹弦表演相映成趣,曹操地下运兵道的《魏王的宴》《消失的曹操》等沉浸式剧目,让游客实现“置身剧中游”的体验升级。

值得一提的是,亳州市博物馆在节日期间也一改以往单一的文物展览模式,推出非遗技艺体验课、钱币铸造模拟课等互动项目,拉近了游客与传统文化之间的距离。假期累计客流量突破2万人次,单日

最高接待量超2000人次。在亳州,传统文化正成为越来越多游客的假日“打卡”理由。

场景融合 消费活力“涌”起来

“文旅+”多元融合模式打破了传统消费边界,不仅催生了新业态、新场景,也推动假日消费活力持续释放,多元场景共同绘就传统文化与现代消费双向奔赴的生动图景。当地积极开发“曹操IP”系列盲盒、本草咖啡、芍花雪糕等“新中式”产品,推出五禽戏面塑盲盒、芍花熏香炉等300余件特色文创,实现“文化符号+实用消费”的创新转化;创新打造“美食+赛事+市集”消费场景,带动活动主办地客流量达5.1万人次,同比增长168%,参展企业及广场商户整体消费额达200万元,同比增长163%。

全市还积极推进体育赛事与文旅消费的深度融合。亳州市第四届运动会设置徒步、骑行等群众项目,打造“跟着赛事游亳州”品牌,今年上半年共组织赛事活动145场次,累计参与10.2万人次;假日期间,古井酒文化博览园举办的“美酒敬盛事 双节共婵娟”活动,共接待86批次游客共计3144人次,实现营收13.81万元;亳州中药材专业市场与交易中心以“智慧药市+文旅体验”模式开设中药标本展示区及药食同源展销专区,同步推出花草茶品鉴、中药香囊DIY等互动项目,假日期间累计接待游客6.35万人次,成为游客沉浸式感受“中华药都”产业魅力与文化底蕴的重要窗口。