

暑期中国国内旅游人数超 18 亿人次 实现国内旅游收入 1.21 万亿元

中新社北京（记者 刘文文）

今年暑期（6至8月），中国旅游市场复苏继续提速，多数目的地接待游客人数达到历史最高水平。记者8月31日从中国旅游研究院获悉，综合旅游产品价格、OTA（在线旅行社）订单、客流大数据、花费调查等监测数据，测算暑期中国国内旅游人数达18.39亿人次，实现

国内旅游收入1.21万亿元（人民币，下同）。

中国旅游研究院当天发布的《2023年暑期旅游市场监测报告》显示，今年市场热度不断走高，旅游市场出现“业态上向产业链下游、空间上向远程目的地”同时扩散现象。暑期市场稳开高走，产业景气由交通、住宿、餐饮等为代表的上游业态向购物、娱乐为

代表的下游业态全面扩散。各地住宿设施入住率和结算价格齐升。上半年景气度相对滞后的旅游购物和娱乐业，受市场景气的利好传导，演唱会为西安、海口等地带来数亿元增收。客流分布由主要客源城市向众多远程目的地全域扩散，今年暑期东北地区、西南地区、华北地区，以及西藏、内蒙古和新疆部分地区游客流入量占比普遍超过疫情之前。

报告进一步称，暑期旅游产品价格普涨，成为推动社会消费增长的关键动能。课题组监测数据显示，暑期中国各省份（不含港澳台）进港机票均价同比上涨14.17%，酒店客房均价同比上涨46.88%，景区门票均价同比上涨4.63%。

此外，今年暑期避暑旅游需求空前旺盛，高温驱使游客愿意走得

更远、在外玩得更久。亲子和研学旅游领先复苏，文化底蕴丰富、便

利性高的都市旅游目的地更受青睐。



8月29日，游客在江西南昌滕王阁景区内观看《寻梦滕王阁》大型实景演出。中新社记者 刘力鑫 摄

沉浸式感受古都文化 服贸会旅游展呈现文旅新业态

中新网北京（记者 徐婧）

2023年服贸会文旅服务专题将于9月2日至6日在首钢园举办。由北京市文旅局承办的旅游展将以“引领文旅消费，共享美好生活”为主题，在拉动旅游服务贸易提升、促进旅游消费增长等方面集中发力，展示多元演艺空间，推出京津冀文旅资源联展。

记者31日从北京市文旅局获悉，今年服贸会文旅服务专题旅游展设置“文旅新生活”“演艺新空间”“传统新时尚”“区域新合作”四个主题单元，重点展示京津冀旅游资源，现场提供多门类、高品质、有保障的旅游产品，打造互动式、沉浸式演艺空间。

现场设置文创产品市集

本届服贸会文旅服务专题旅游展将紧紧抓住旅游市场持续复苏的发展机遇，进一步在拉动旅游服务贸易提升、促进旅游消费增长方面集中发力，在现场开展优质旅游产品交易和精品旅游线路展销。

其中，北京首都旅游集团有限责任公司将携旗下酒店集团、首旅旅行、全聚德、东来顺等11家品牌企业联合参展；中国旅游集团旅行

服务有限公司将整合优质旅游资源，推出30条精品出境旅游线路和80条国内旅游线路；中青旅控股股份有限公司将集中推介旗下古北水镇、遨游网等系列品牌，推出面向国内和中北非、欧洲的共17条精品游线和1条邮轮线路。

旅游展上还将整合北京珐琅厂非遗文创、北京礼物精品文创等优质资源，现场打造“文创产品市集”，实现传统与现代融合，展示和交易融合，吸引游客、市民前来打卡、采购。

呈现“演艺新空间”体验场景

近年来，参与性强、互动性高的沉浸式体验赋予文旅产品新的形式和意义，成为备受瞩目的文旅新业态之一。北京市文旅局聚焦培育多元演艺空间，积极为北京“演艺之都”打造注入活力。

本次服贸会将现场呈现天桥艺术中心“猫神在故宫”、开心麻花“沉浸式演艺会客厅”两个有代表性的“演艺新空间”，通过特装搭建和舞美设计，将演出场景、演出剧目和演出形式复制到展会现场，让参展观众现场体验沉浸式演出的魅力。

今年，“京剧文化之旅”将三度亮相服贸会。本次特展以京剧脸

谱装置艺术为视觉中心，通过科技赋能京剧创新，紧紧围绕京剧IP，设立“生、旦、净、丑”四大行当主题互动体验区，引入京剧主题国潮饮品、京剧主题光影成画、京剧光影记忆场、京剧主题文化秀等环节，打造出全新的可视、可听、可参与的“京剧文化”主题沉浸式特展。现场可在优美的经典剧目演出与交互体验中欣赏京剧的艺术魅力，在科技与国潮新品中触摸京剧文化的融合与跨界之美。

促进京津冀文旅协同发展

京津冀地缘相接，文旅协同发展、深度融合潜力巨大。本届服贸会将邀请天津、河北两地旅游部门和重点企业参展，实现三地联动，资源联展。

展览将集中展示推介10条京津冀文旅科普体验线路和60个京津冀文旅资源点位，以及涵盖三地17个县（市、区）的5个京津冀协同发展旅游示范区，设置以房车、露营为代表的区域联动旅游业态，营造接地气、引潮流的实景式生活场景，力争以服贸会为平台，促进三地市场共建，着力构建京津冀协同发展和区域合作的新发展格局。

这个暑假，亲子研学游、家庭“搭伙”游成消费热点

这个暑假有何不一样？

亲子研学游、家庭“搭伙”游成消费热点

今年暑期，人潮涌动的机场、火车站和熙攘攘的景区，成为旅游复苏的鲜明印证。

根据国铁集团数据，7月1日至8月15日，全国铁路暑运累计发送旅客6.14亿人次，8月12日发送旅客1532.6万人次，创暑运单日旅客发送量历史新高。民航局数据显示，今年7月旅客运输量为6242.8万人次，较2019年同期增长5.3%，创民航月度历史新高。飞猪数据显示，以酒店住宿为例，该平台酒店日均间夜量超越2020年之前同期水平，并连续刷新暑期表现纪录。携程《2023年暑期出游市场报告》显示，今年暑期，消费者呈现出游半径增长、出游频次提升、愿为体验付费的趋势。

8月30日，成都商报-红星新闻记者从OTA平台获悉，包含国内机票、酒店、线路游、景区门票等在内的国内游暑期预订量超越2020年之前水平，研学游、家庭“搭伙”出游等成为暑期消费热点。

携程《2023年暑期出游市场报告》显示，截至8月23日，暑期高铁游订单环比前两月增长达到51%，其中，新一线城市用户高铁游订单量增长排名第一，对比2019年同期订单增幅高于一线城市用户8%。机票方面也呈相同趋势，新一线城市用户机票订单量较2019年的增幅高于一线城市用户11%。

另外，暑期国内最繁忙的机场包括：广州白云、深圳宝安、西安

咸阳、重庆江北、北京首都、昆明长水、成都天府、上海浦东、北京大兴、杭州萧山机场。而最热门航线主要为：北京、上海、广州、深圳、成都、重庆和杭州七大城市之间的对飞。

“这个月我和妻子带老人和孩子去杭州和苏州，一共玩了7天。”成都市民刘刚表示，苏杭两地是他们的儿子一直想去的城市。据他介绍，他的朋友圈里，整个暑期都被各地旅游照片“浸泡”。“不是在敦煌排队骑骆驼，就是在辽宁大连吃海鲜，又或者在江西庐山看日出……”

除了从成都出发的游客较多，全国各地来蓉的游客也不少。数据显示，暑期国内热门旅游目的地前10位分别为北京、上海、成都、广州、杭州、西安、重庆、深圳、南京、长沙，成都排名第三。

家庭“搭伙”游、研学游出圈，享受亲子陪伴和亲子共学。

记者了解到，今年暑期，同时预订多间酒店房间的用户人数同比增长超1.1倍；能容纳更多乘客的SUV成为今年暑期租车预订增长最显著的车型，订单占比同比去年增长超两成。

长期在长沙居住的向莹告诉记者，她是一名中学教师，有一个8岁的儿子。“以前孩子太小，带着旅行不方便。今年决定带着孩子和我团队里的搭档兼闺蜜的一家人，一起自驾去旅行。”

向莹表示，7月他们一行6人从长沙出发，

经过凤凰古镇、桂林阳朔、贵阳、重庆、成都，共游玩16天。“我们是从一家连锁租车公司，租下一辆7座的SUV，一路游玩到成都后，在当地的分站点还车，最后坐飞机回长沙。”向莹说，“自驾游很开心，我们在车里唱歌、聊天，旅游的氛围感拉满。”

今年暑期，“遛娃”需求得以释放，研学游也是一大热门。在部分出行平台上，“研学游”搜索量同比去年暑期增长量超两倍。国内北京、内蒙古、青海、甘肃、四川的研学产品销量排名靠前。具体来看，历史人文、科学探索、亲近自然品类订单数较2019年都有大幅度增长。

成都儿童团产品总监张征表示，今年暑期，研学游的报名人数同比增加明显。据介绍，张征所在的公司推出了多个研学项目。如城市探索系列，主要是带领孩子走进东华门遗址公园、望江楼、祠堂街等街区，通过建筑、街道去打开城市的另一面；如成都夜探锦江系列，以诗词和河流为切入口，带领亲子家庭了解成都的水系、古城的建制，以及城市与水的关系。

“有亲子参与的研学游之所以在这个暑期火热起来，主要原因在于这种旅游方式既能够让让孩子通过研学收获知识，同时也能在过程中完成亲子陪伴和亲子共学的体验。”张征表示。

成都商报-红星新闻记者 杜玉全 实习记者 胡谦



图为位于首钢园区的2023年服贸会展馆。中新社记者 田雨昊 摄