

LIANHE
IDENTIFICATION
EVALUATION
IMPACT
PLAN

国内热、跨境旺—2025 年国庆中秋假期旅游市场数据点评

联合资信 工商评级二部 | 刘丙江 刘祎烜

作为旅游业全年最重要的“黄金窗口期”，2025 年国庆中秋假期旅游出行热情高涨，全社会跨区域人员流动量创历史新高，出境游增长态势良好。旅游消费增速平缓，日均客单消费同比下滑，旅游市场“量增价减”，但仍呈现较强韧性。



联合资信评估股份有限公司
China Lianhe Credit Rating Co., Ltd.



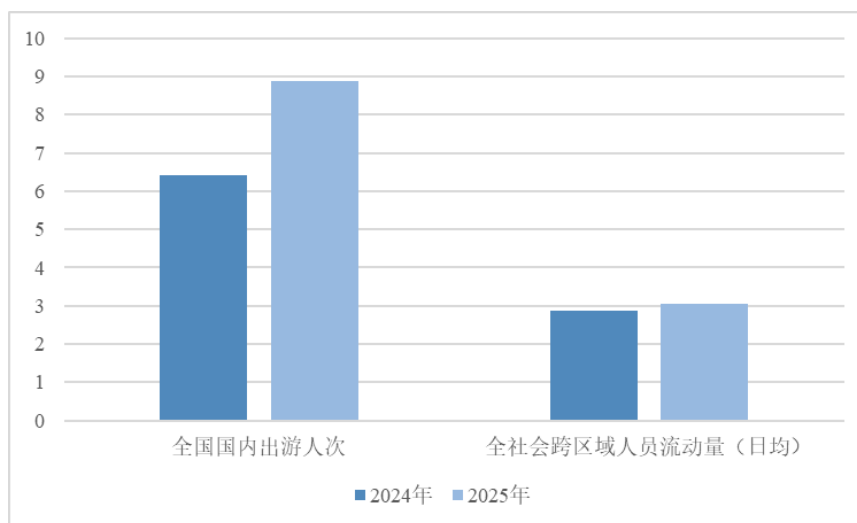
旅游业通过直接带动消费、创造就业岗位以及促进相关产业联动发展等方式，成为拉动经济增长的重要引擎。作为全年最长的法定节假日之一，国庆假期能满足居民跨区域、长周期的旅游需求。由于长假期间的“吃住行游购娱”消费高度集中，部分旅游企业单季度营收可占全年的 30% 以上，成为业绩增长的核心支柱。

一、出游概况

出游人次保持增长，出游热情高涨，年轻一代成为游客主力军。出境游呈现“长线化、小众化”趋势。

根据文化和旅游部公布的数据，2025 年国庆中秋假期 8 天，全国国内出游人次为 8.88 亿人次，较 2024 年国庆假日 7 天增加 1.23 亿人次。全社会跨区域人员流动量达 24.32 亿人次，创历史新高；日均 3.04 亿人次，同比增长 6.2%，较 2019 年同期增长 30.8%。

图表 1 2025 年国庆中秋假期出游人数概况（单位：亿人次）



资料来源：联合资信根据文化和旅游部数据整理

交通部数据显示，铁路客运量预计为 1.54 亿人次，同比增长 2.6%。累计公路人员流动量预计为 22.48 亿人次，同比增长 6.5%。其中，累计公路营业性客运量预计为 3.07 亿人次，同比增长 2.9%；累计高速公路及普通国省道非营业性小客车人员出行量预计为 19.41 亿人次，同比增长 7.1%。累计水路客运量预计为 0.12 亿人次，同比增长 4.2%。累计民航客运量预计为 0.19 亿人次，同比增长 3.4%。总体看，相比上年国

庆假期，铁路及民航客运量稳中有增，高速公路及普通国省道非营业性小客车的日均客流同比增速表现突出。

旅游人群结构方面，飞猪数据显示，“95 后”人群预订人次占比接近四分之一，“05 后”人群预订人次同比增长超 60%，增速最快。去哪儿平台上，超 40%的乘机用户为家庭出行。年轻一代成为游客主力军，家庭出游为重要支柱。

出境游增长良好，呈现“长线化、小众化”趋势。国家移民管理局数据显示，国庆中秋假期全国出入境人员 1634.3 万人次，较去年同期提升 11.5%。从结构上看，内地居民出入境 916.5 万人次，同比增长 9.6%；港澳台居民出入境 574.4 万人次，同比增长 12.2%；外国人出入境 143.4 万人次，增幅为 21.6%，国际往来加速恢复。假期期间国际航线日均航班数恢复至 2019 年同期的 92.9%，恢复度高于过往假期，日本、泰国、马来西亚、韩国、新加坡等东南亚及东亚国家凭借距离近、签证政策便利等优势，成为中国游客的首选，机票预订占比分别为 38.8%和 36.6%。埃及首次进入马蜂窝热门国家前十，肯尼亚马赛马拉国家保护区、坦桑尼亚塞伦盖蒂国家公园跻身境外景区热度增长前三。沙特阿拉伯、埃及等中东、非洲国家的国际酒店预订热度及增速领跑全球。

二、景区及消费

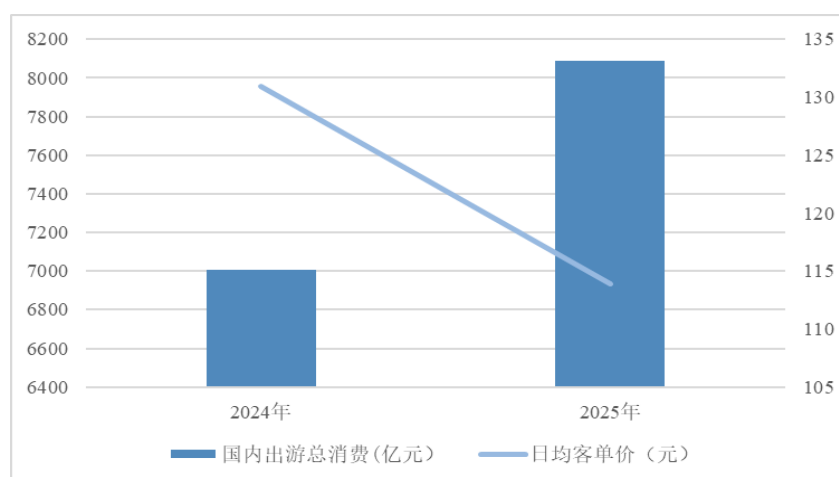
核心景区及红色旅游热度高，旅游消费整体稳健。居民出游意愿较强，但消费能力及意愿仍偏弱。

国内传统热门城市旅游市场依旧坚挺，上海、北京、杭州、广州、成都等稳居各大平台热门城市榜单前列。核心景区热度不减，名山大川以及交通条件有改善的景区景气度更高。其中，得益于沈白高铁开通，长白山景区累计接待游客 22.17 万人次，同比增长 6.71%，创历史同期新高；九寨沟景区共接待游客 30.57 万人次，同比增长 24.39%，连续 7 天每日接待量达到景区最大限量 4.1 万人；黄山风景区接待游客 22.9 万人次，按照日均可比口径增长 11.41%；峨眉山景区接待游客 36 万人次，同比增长 30%；龙门石窟景区接待游客 45.99 万人次，同比增长 2.8%。红色旅游热度攀升，在抗日战争胜利 80 周年背景下，全国多地红色旅游景区游客数量增长显著。百团大战纪念馆国庆前七天日均游客 1 万人左右，是去年的 3 倍以上；黄崖洞兵工厂旧址国庆

假期前七天累计接待游客 3.6 万人次，同比增长 11.8%；湖北红安县国庆期间共接待游客 108.5 万人次，同比增长 20.6%；花江峡谷大桥通车带动周边红色文化遗址热度暴涨超 1000%，成为假期最热红色景区。

旅游消费方面，国庆中秋假期游客出行消费整体稳健，免税消费有所回暖。国家税务总局公布的增值税发票数据显示，国庆中秋假期，国内出游总消费突破 8090 亿元，较 2024 年国庆假日 7 天增加 1081.89 亿元，每人次旅游支出 911 元，超过 2019 年同期水平，但略逊于 2023 年同期水平。居民出游意愿较强，但消费能力及意愿仍偏弱。根据文旅部数据测算，2025 年国庆中秋假期日均旅游收入同比增长 1.0%，日均客单价（日均旅游收入/旅游人次）同比下降 13.0%。酒店消费方面，2025 年国庆中秋假期，国内酒店整体预订热度同比增长显著，但酒店单价存在明显分化，部分经济型酒店和民宿价格涨幅较大，而部分高星酒店价格相对稳定。免税消费方面，根据海口海关统计，国庆中秋假期共监管离岛免税销售金额 9.44 亿元，购物人数 12.29 万人次，人均购物金额为 7685 元，同比分别增长 13.6%、3.2%、10%，离岛免税购物有所回暖。

图表 2 2025 年国庆中秋假期消费概况



资料来源：联合资信根据公开数据整理

总体看，作为旅游业全年最重要的“黄金窗口期”，2025 年国庆中秋假期旅游出行热情高涨，全社会跨区域人员流动量创历史新高，出境游增长态势良好。旅游消费增速平缓，日均客单消费同比下滑，旅游市场“量增价减”，但仍呈现较强韧性。

联系人

投资人服务 010-85679696-8728 investorservice@lhratings.com

免责声明

本研究报告著作权为联合资信评估股份有限公司（以下简称“联合资信”）所有，未经书面许可，任何机构和个人不得以任何形式翻版、复制和发布。如引用须注明出处为“联合资信评估股份有限公司”，且不得对本报告进行有悖原意的引用、删节和修改。未经授权刊载或者转发本研究报告的，联合资信将保留追究其法律责任的权利。

本研究报告中的信息均来源于公开资料，联合资信对这些信息的准确性、完整性或可靠性不作任何保证。本研究报告所载的资料、意见及推测仅反映联合资信于发布本研究报告当期的判断，仅供参考之用，不构成出售或购买证券或其他投资标的的要约或邀请。

在任何情况下，本研究报告中的信息和意见均不构成对任何个人的投资建议。联合资信对使用本研究报告及其内容而造成的一切后果不承担任何法律责任。