

LIANHE
IDENTIFICATION
EVALUATION
IMPACT
PLAN

长线兴、跨境热—2026 年国庆中秋假期旅游市场数据点评

联合资信 工商评级一部

作为旅游业全年最重要的“黄金窗口期”，2026 年国庆假期国内旅游需求保持韧性，“拼假”带动长线游、县域游热度攀升，出入境游双向升温，日均出游人次与旅游花费稳步增长，但人均消费小幅回落，旅游市场延续“量增价稳”格局。



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。

2026 年国庆假期，国内旅游需求保持韧性，长线及多城串联出行升温，出游人次保持增长，铁路客流增长较快，出行方式呈现结构性分化；跨境旅游保持活跃，长线出境需求和入境旅游形成补充增量。

根据文化和旅游部公布的数据，2026 年国庆节假期 7 天，全国国内出游 8.26 亿人次，国内出游总花费 7383.75 亿元；考虑到 2025 年国庆中秋连休 8 天、2026 年国庆假期为 7 天，按可比口径（日均）计算，出游人次和总花费同比分别增长 6.3% 和 4.3%。交通运输部数据显示，国庆假期全社会跨区域人员流动量累计 21.42 亿人次，日均 3.06 亿人次，较 2025 年国庆中秋假期日均增长 0.6%。

图表 1 2026 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、交通运输部数据整理

分交通方式看，铁路客流增长最为明显，假期累计铁路客运量 1.52 亿人次，日均 2170 万人次，同比增长 12.7%；10 月 1 日全国铁路发送旅客 2520 万人次，创单日历史新高。公路人员流动量 19.62 亿人次，日均同比下降 0.3%，其中公路营业性客运量

2.87 亿人次，同比增长 7.0%；高速公路及普通国省道非营业性小客车人员出行量 16.75 亿人次，同比下降 1.4%，成品油价格高企对自驾出行形成一定抑制；水路客运量 1093 万人次，同比增长 7.1%；民航客运量 1692 万人次，同比基本持平。总体看，相比上年国庆中秋假期，铁路、公路营业性客运及水路等公共交通出行增长较快，自驾出行小幅回落，人员流动总量保持基本稳定，增速有所放缓。

出行结构方面，“请 3 休 13”拼假模式拉长出行窗口，长线游及多城串联游需求进一步释放，县域旅游需求亦有所升温。携程数据显示，平台国内度假游客中，8 天及以上行程占比由 2024 年的不足 6% 升至今年的超过 10%，国内游平均单程距离增至约 560 公里，西藏国内游预订订单同比增长近五成，青海、贵州、新疆均增长约四分之一。与此同时，平台假期国内游峰值日订单量约为日均的 1.75 倍，低于 2024 年的 2.0 倍和 2025 年的 2.4 倍，部分出行需求向更长时间窗口分散，客流高峰更趋平缓。此外，根据去哪儿旅行披露，双节期间县城酒店预订热度同比增长 35%；同程旅行披露的热门县域目的地包括惠东、阳朔、康定、香格里拉、婺源、平潭等地。部分游客的行程由单一景点游览向多地串联、在地停留延伸，有望带动目的地住宿、餐饮及体验类消费。

跨境旅游保持活跃，长线出境需求和入境旅游形成补充增量。国家移民管理局数据显示，国庆假期全国边检机关共保障 1546.2 万人次中外人员出入境，日均 220.9 万人次，较去年同期增长 6.7%；单日通关最高峰出现在 10 月 4 日，达 239.7 万人次。其中，内地居民出境 444.4 万人次，同比增长 9.3%；外国人入境 68.2 万人次，适用免签政策入境 50.5 万人次，同比分别增长 5.4% 和 9.2%，免签政策红利持续释放，入境旅游增长有助于拓展国内目的地客源。出境目的地方面，韩国、泰国、马来西亚、越南、法国等保持较高热度。携程数据显示，欧洲在平台出境订单中的占比约为平日的 1.5 倍，新西兰订单同比翻倍，长假对远距离出境需求有所带动。

2026 年国庆假期，国内旅游总花费增长慢于客流增长，单位游客收入及消费转化的修复有待观察。

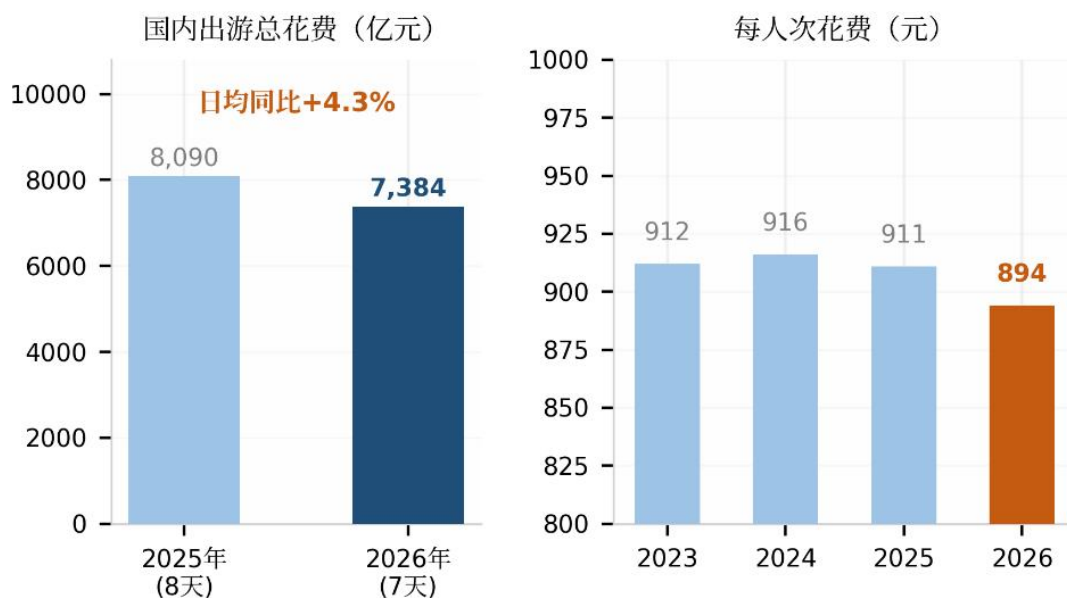
旅游消费方面，国庆假期游客出行消费平稳增长，人均消费小幅回落。根据文化和旅游部数据显示，国庆假期国内出游总花费 7383.75 亿元，按可比口径日均同比增长 4.3%，增速低于出游人次的 6.3%，消费增长仍主要由客流扩张带动；据此测算，

每人次旅游支出约 894 元，较 2025 年国庆中秋假期的 911 元下降约 1.9%，旅游市场延续“量增价稳”格局。

体验类服务消费保持活跃。国家税务总局增值税发票数据显示，国庆假期全国服务消费相关行业日均销售收入同比增长 19.5%，其中旅游游览和娱乐服务销售收入同比增长 23.6%，餐饮服务、文化艺术服务和体育服务销售收入同比分别增长 9.0%、20.9%和 29.4%，文旅、演艺和体育等消费需求的释放。商圈消费方面，商务部数据显示，10 月 1 日至 6 日，重点监测的 78 个步行街（商圈）客流量、营业额同比分别增长 2.5%和 4.7%；消费品以旧换新累计带动销售额 334.8 亿元，惠及 639.2 万人次。

免税消费方面，海南离岛免税销售呈现客流支撑、人均购物额回落的特征。2026 年国庆假期是海南自贸港全岛封关后的首个国庆长假，海口海关数据显示，假期离岛免税购物金额 8.55 亿元、购物人数 12.3 万人次、购物件数 69.68 万件，按日均口径测算，日均购物金额较上年国庆中秋假期增长约 3.5%，购物人数增长约 14.4%；人均购物额约 6951 元，较上年公布的约 7685 元下降约 9.5%。日均购物客流增长对销售形成支撑，但人均购物额下降抵消了部分增量。

图表 2 2026 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

核心景区及红色旅游保持较高热度。

国内传统热门城市保持较强吸引力，北京、上海、成都、长沙等稳居各大平台热

门城市榜单前列，其中北京累计接待游客约 2345 万人次，实现旅游总花费 294.9 亿元；上海接待游客约 2020 万人次，全要素旅游交易总金额 298.22 亿元，同比增长 3.52%。

核心景区热度不减，峨眉山、九寨沟、黄山等名山大川景区客流保持较高水平。其中，峨眉山景区累计接待游客 34.43 万人次，同比增长 10.01%；实现门票收入 2205.95 万元，同比增长 4.51%。黄山风景区接待游客超 20 万人次。九寨沟景区假期前六天门票全部售罄，并于 10 月 3 日迎来 2026 年度第 500 万名游客，年内累计接待入境游客 35.79 万人次，同比增长 14.28%。红色旅游热度攀升，在红军长征胜利 90 周年背景下，全国多地红色旅游景区游客数量增长显著，其中韶山全市接待游客 52.53 万人次，实现旅游综合收入 1.31 亿元；江西于都中央红军长征集结出发地纪念园预计接待游客近 30 万人次；贵州习水四渡赤水纪念馆游客量同比增长近三成。

总体看，2026 年国庆旅游市场延续需求韧性，长线、县域及跨境出行形成结构性亮点，旅游需求在更长时间和更多目的地之间释放，但日均旅游花费增长慢于出游人次，人均消费小幅回落，消费规模扩张仍较依赖客流增长。

联合资信认为，对于旅游企业，客流增加有助于带动收入、摊薄固定成本并促进回款，但其对盈利和偿债能力的改善程度，仍取决于单位游客收入、非门票业务贡献、运营成本及资本支出，因此人均消费金额的复苏对于旅游企业未来经营实力的提升仍有待关注。对于具有稀缺资源、稳定客源和成熟配套消费业务的旅游企业，在竞争日趋激烈的背景下，更有望承接新增需求；对于依赖优惠引流、持续扩建或新增项目投入较大的企业，应重点关注客流增长的持续性、投资回收及经营现金流对债务支出的覆盖。

联系人

投资人服务 010-85679696-8704 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。