



各地都在找流量密码，

史上最火黄金周来了？

满，不少人选择出国看看。众信旅游集团媒介公关经理李梦然发现，游客对于旅行规划意识逐步提升，因此以拼假游形成的超长假期在十一黄金周得到充分体现——不少人通过请几天年假组成了14天超长假期。

在超长假期成为可能的背景下，欧洲目的地复苏趋势明显，深度、体验类产品特别受到人们的关注。从众信旅游欧洲产品情况来看，大部分赴欧旅游产品天数已经从8-10天逐渐拉长到12-13天，甚至20天以上。越来越多的游客希望通过一次旅行，更加深度地探索一个旅游目的地。从目的地方面来看，南欧——西班牙、葡萄牙；东欧——奥地利、匈牙利、塞尔维亚、黑山；北欧、英国等，都是最受关注的旅行方向。

今年8月10日，文旅部办公厅发布通知，公布了第三批出境跟团游目的地，出境跟团游国家和地区由此前的60个扩展至138个，这使得欧洲目的地的产品得以更有效地串联，欧洲产品的丰富度自然得到提升，使欧洲成为这个十一黄金周最活跃的目的地市场之一。

和国内的小众旅游目的地崛起同频，境外旅游目的地也开始呈现出更加多元化的趋势。李梦然告诉《中国新闻周刊》，文莱、突尼斯、摩洛哥等小众、特色鲜明的旅游目的地报名速度较常规旅游目的地产品报名速度更

快，例如众信的文莱旅游产品，上线后不到2周就已全部收满。很多人看中逛文莱当地最大夜市、品尝地道的文莱小吃、在热带雨林里感受营地午餐这类颇具当地特色的项目。

我来过，我在场

著名美国社会学家欧文·戈夫曼曾将生活的社会比作舞台，人际交往比作演戏，人们在这个舞台的“前台”作为表演者展示自己的最佳形象。60多年前就已提出“拟剧论”的戈夫曼一定想不到，今天的人们在互联网以及社交媒体的帮助下，正在以空前的热情和效率实践着他的理论。

在围观大爷们跳水的狮子林桥，不但各路网友、重庆大爷、青岛大爷甚至前奥运冠军都加入了跳水队伍，围观群众还组成“打分团”，谁能带动大家的气氛谁的分数就高，无论水花大小，主打一个松弛度和生活状态。跳水的“伯伯们”和欢乐“打分”的年轻人，都能引爆全场欢呼。

如今已与互联网文化紧密捆绑在一起的青年文化，为网红景点的传播贡献了最主要力量。作为青年的主体，大学生们时间紧、景点多、花费少，主打快节奏的“特种兵式旅游”，不断向市场要求新的网红景点诞生。他们剪辑的旅行视频运镜花哨，卡点精确，在某

种程度上也是景点能够成为网红的推动者。

以“参与”和“共同制作”为基本逻辑的审美，也许注定只能在社交媒体营造的空间叙事里完成，因为传统视听传播媒体时代，总被官方掌握的城市形象宣传，展现出来的是恢弘壮美的全景式形象，人们只能远观。北京联合大学在线旅游研究中心主任杨彦锋告诉《中国新闻周刊》，只有带着解构和个性化意味的普通用户叙事，才能让我们有更强烈的“代入感”，并沉浸其中。因此，“网红景点的出现，可以说与个人传播能力被媒体技术不断放大的过程同频”。

例如如今被称为“现实版千与千寻”魔幻之地的重庆洪崖洞，早在2006年9月就已经全面完工，正式开市。2006年洪崖洞的自我定位是：游吊脚群楼，观洪崖滴翠，逛山城老街，赏巴渝文化。结果，开市后的洪崖洞经营情况并不好，接连亏损五年。直到2017年，一批熟识二次元的90后旅行博主打卡洪崖洞，发现了这里和千寻(宫崎骏动画《千与千寻》中的女主角)工作的油屋极度相似，视频传开，游客从四面八方蜂拥而来。仅2017一年，洪崖洞接待的游客，就从原来的400万变为1200万，超过了当年故宫的游客量。2018年，洪崖洞视频内容传播量达到十亿级，几乎刷爆了社交媒体平台。

据中经网

距离十一黄金周还有好几天，新疆康辉大自然国际旅行社的薛翊冰已经忙得不可开交。“拼车每天70车，一车6个人，一共420人，大团这里有100多……每天差不多1200人……”薛翊冰忙着计算日接到并出发的人数。从9月15日开始一直持续到黄金周中期，几乎每天，他和团队都要接待超过1千人。

从8月开始，薛翊冰就明显感到咨询量大增，到了8月下旬，开始了下单量的猛增，特别让他惊喜的是，其中10%到15%都是“静默下单”。“静默下单”是网络销售界的一个术语，指的是顾客完全不和商家沟通，直接下单产品。在小商品、快消品的网络销售中比较常见，价格较高又涉及多日生活细节的旅游类产品，罕有“静默下单”。“整个新疆尤其北疆方向，9月和10月是风景最好的季节，基本上所有酒店都是靠抢的，可能游客但凡有团期能报名，直接就静默下单了。”薛翊冰说，但即便如此，高达10%~15%的“静默下单”率，在旅游产品中仍然属于很少见的火爆情形。

众信旅游集团媒介公关经理李梦然说，从众信旅游集团2023年中秋十一黄金周假期收客情况来看，国内旅游市场复苏态势依旧强势，已超过2019年同期200%。作为第三批旅游目的地放开后，出境游市场面临的首次“大考”，中秋十一黄金周出境旅游收入较五一增长近600%，出游人数也创下新高，超出五一约500%。

业内预计，即将到来的中秋国庆长假，将是史上热度最高的一次国庆黄金周。薛翊冰感慨：“每天都很累，但是精神上一直高度兴奋，因为大家觉得，旅游业的这个感觉又回来了。”

激发游客出游的触点已经越来越小

今年的中秋叠加国庆，形成八天超长假期。经历了旅游业近几年最“热”的一个暑假，人们对出门旅游的热情仍然有增无减。中国国家铁路集团公布数据，截至9月24日，国庆黄金周火车票累计发售2.35亿张。其中，9月22日铁路售票量达到2695.2万张，创单日售票量历史新高。中国民航局预估，十一期间将有2100余万名旅客乘机出行，民航日均保障运输国内旅客196万人次，比2019

年国庆假期增长17%。

9月13日，携程发布的《中秋国庆旅游预测报告》显示，国内旅游产品十一预订量环比前一周增长88%，同比增长超4倍。北京、上海、成都、杭州、广州、西安、重庆、南京、深圳、长沙是国庆热门旅游目的地前十名。杭州因为亚运会的举办，十一整体订单预订量同比增长超5倍，其中，机票预订量同比增长近5倍，酒店预订量同比增长超8倍。根据飞猪的统计，亚运会期间飞往杭州的国际机票预订量同比去年增超20倍。

长假期为长线游的火热提供了有利条件，2023年十一，携程的跨省游订单占比达到73%，较2022年同期提升十个百分点，近20%用户选择连住3天及以上。

长线游热门目的地主要集中在适合赏秋的地区，根据众信旅游中秋十一产品报名情况，摄影和赏秋成为十一主要出游目的，新疆、婺源、贵州、甘肃、恩施等都是十一热门出游地。在产品游览上，人们更侧重于秋季体验。例如，深入胡杨林景区内部，通过不同时段的不同自然条件去观赏秋景。

携程公共事务部总监付茜茜说，随着人们生活方式和消费观念的多元化，除了常规旅游，激发游客出游的触点已经越来越小，一支视频、一顿美食、一场音乐节、一场赛事，都可能促成“说走就走”的旅行。

在这样的背景下，十一期间，演唱会、音乐节、马拉松等活动的举办，成为拉动旅游增长的显著动力。10月2日，嘉峪关市将举办2023长城马拉松暨“长城联赛”首发站活动，预计5000人参赛，由此拉动嘉峪关旅游订单同比增长超6倍。其中，十一期间，嘉峪关机票订单预订量同比增长近3倍，酒店预订量同比增长7倍。

9月29日起，南阳将举办3天4夜的迷笛音乐节。众多年轻人和乐队粉丝将南阳作为十一出游首选，由此带动南阳十一整体订单预订量同比暴增11倍。其中，酒店预订量达到去年同期153倍。

小众“出圈”

既然有8天假期，国内众多景点又可能爆

“加长版”黄金周有望创旅游新高

今年中秋、国庆双节连休，游客拥有长达8天的“加长版”黄金周，有望创造新的旅游高峰。

记者从多家旅游平台了解到，机票、酒店、景区、民宿、跟团游等产品的预订持续火热。携程数据显示，双节期间，国内游订单同比增长超4倍，出境游订单同比增长近20倍。来自抖音生活服务的数据显示，双节前一周，旅游相关关键词搜索达3471万次，同比上升146%。

双节期间长线游预订火热。同程旅行数据显示，新疆维吾尔自治区、西藏自治区、青海省、宁夏回族自治区、黑龙江省等长线旅游目的地旅游热度增长迅速，同比涨幅均超过300%。其中，新疆相关旅游产品搜索热度同比增长超过10倍。这些目的地的包车、小包团、私家团等产品最受用户关注。

驴妈妈旅游网的数据显示，文博场馆、

旅游演艺、夜游、节庆赛事备受游客青睐，相关产品咨询及预订人次增长最为明显，相比2019年同期增幅最高达128%。双节期间，受一条视频、一个音乐节、一场赛事等吸引而“说走就走”的游客也有不少，演唱会、音乐节、马拉松等活动将显著增加当地的旅游热度。例如，9月29日至10月2日，河南省南阳市将举办2023中原迷笛音乐节，带动当地国庆假期整体订单预订量同比增长11倍。

到浙江宁波尝海鲜、到宁夏吃滩羊肉、到江苏苏州品大闸蟹……“味蕾游”受游客喜爱，餐饮行业或将迎来最火“国庆档”。美团、大众点评数据显示，双节期间，全国餐厅堂食线上订座量较2019年同期增长112%，中秋“团圆”主题团购套餐订单量较去年同比增长超90%，上海、北京、浙江杭州、江苏南京、天津“团圆餐”预订最旺。

在传统热门旅游目的地火爆的同时，一批“小而美”的目的地因具备旅游资源丰富、硬件设施完备、费用相对较低等优势，成为很多游客的新选择。携程数据显示，淄博、延边、防城港、酒泉、南阳、广元、承德、伊春、曲阜、乌兰察布等地的预订量较去年同期有大幅增长。

自今年2月以来，中国分批试点恢复中国公民出境团队游，截至目前，中国试点出境团队游国家和地区已增至138个。双节期间有望迎来出境游小高峰。携程数据显示，今年中秋国庆假期，共建“一带一路”国家颇受青睐，乌兹别克斯坦、伊朗、阿塞拜疆、格鲁吉亚、斯里兰卡、肯尼亚等跟团游订单较疫情发生前同期涨幅最高。

中国游客的出境游消费观逐渐改变，更愿意为深度体验、高品质服务埋单，独立成团、个性化的私家团颇受欢迎。任民



2022全国公益广告大赛获奖作品