

包车游云南 到小城“追秋”

国庆中秋假期旅游出现这些特点



国庆中秋假期,普洱定波湖上演民族婚礼巡游。 普洱市思茅区融媒体中心供图

今年国庆中秋双节叠加的8天假期正式收官,在“短途高频次,长线高品质”的假期旅行主基调下,游客的消费潜力得到了持续释放,长途旅行与深度体验成为今年国庆旅游主要趋势。携程研究院指出,订单增长的背后,反映了旅客对旅行意义的理解正不断深化——从热门到小众,从观光到沉浸,从规划路线转向表达情绪,中国游客的消费选择,正越来越清晰地体现“为情绪买单,为体验付费”这一价值认同。

来云南怎么玩

包车游预订量同比增长78%

今年国庆中秋假期,来自飞猪的数据显示,机票、用车等交通工具类商品人均预订量同比去年提升5%,酒店、线路游、门票等商品人均预订量同比去年提升4.6%。游客足迹进一步扩大,覆盖超180个国家和地区,较去年大幅增长。游客玩得更尽兴,国内三线及以下城市增长尤为强劲。

今年国庆中秋假期,云南的旅游预订量同比去年增长22%,其中包车游商品预订量同比去年增长约78%。昆明、丽江、大理、西双版纳、红河成为主要热门城市,保

山、普洱、迪庆增速最快。

携程的数据也显示,国庆中秋假期期间,云南整体旅游订单量同比去年增长20%,北京、成都、上海、深圳、重庆的居民最爱到云南游玩,东风韵景区、锦屏山风景区、云南野生动物园、滇池、世界恐龙谷成为他们最爱打卡的热门景区。

昆明整体旅游订单量同比去年增长17%,云南野生动物园、滇池、云南民族村、昆明动物园、昆明旅游索道是游客们热衷前往的前五大景区。

小城“反向旅游”热

普洱机票预订量增逾七成

国庆中秋假期前夕,由高速、高桥、高铁组成的“三高”线路密集上新,串联起红色、月色、秋色等主题景区和旅游产品,使得游客出游半径在300公里左右的旅行频次更高,体验更加丰富;假期小客车免费通行全国收费公路,以及全国各地推出的文旅活动和消费补贴,进一步刺激了国内文旅市场的消费热度。

“10月1日我们从曲靖自驾出发,一路游玩途经贵州、湖南,到省外体验不一样的节日氛围,并首次在旅途中度过中秋节,难

忘且美好。”何女士一家趁着假期公路小客车免费通行,深度感受了不同的民族风情和自然风光。

也有很多人“反向旅游”,去全国各地的小城“追秋”。节日期间,去哪儿平台用户预订了全国2000多个县城的酒店。同时,相对人少景美、拥有小机场的城市,机票预订量增幅最为明显。内蒙古阿拉善左旗、新疆吐鲁番、湖北十堰,机票预订量同比增幅超过一倍;四川攀枝花、云南普洱机票预订量增逾七成。

体验感更重要

中秋特色民宿受欢迎

今年国庆的放假安排,方便民众拼凑假期,无论“抢跑”还是晚回,都能实现“请3休12”的长假连休。途家的数据显示,9月27日至30日的民宿预订量同比去年增长了10%,抢先住进民宿的游客中,“00后”占比接近四成。

在途家平台,游客最爱去的前十名城市分别是成都、重庆、北京、青岛、杭州、西安、福州、南京、大理和威海。

除了追求体验感更佳的旅行经历,许多游客也期待在住宿时获得不一样的感受。据途家数据,“十一”假期,该平台的蒙古包、木屋、石屋等特色化民宿订单量增幅都超过

了30%。今年“十一”恰逢中秋,许多民宿房东自发为客人送月饼、组织集体聚会,让远在异乡的旅人也能感受到家的味道。

入住途家丽江福见客栈的一位游客,在中秋晚上参加了民宿老板娘举办的聚会,和五湖四海的陌生人一起品尝月饼、喝酒聊天看月亮。“大家来自不同地方,却在同一屋檐下相聚,那种轻松又热闹的氛围,别具一格。”她回忆。

途家民宿副总裁胡阳表示:“年轻游客正在通过民宿寻找更具个性化和烟火气的出行体验。旅行不只是选择目的地,更是选择一种生活方式。”

“分段式”出行常态化

多地节后错峰出游正当时

近期,错峰游迎来超高性价比。携程数据显示,今年假期分段式错峰出行依然受到欢迎,许多游客通过拼假的方式,选择在9月25日至30日提前出发,或在节中甚至节后开启旅程。

选择错峰出行,不仅提升了旅行体验,也为消费者节省了可观的出行成本。例如,9月25日—30日期间,国内多地酒店花费可省20%;10月3日—4日,国内机票单程均价较前两日便宜超30%;如果选择在节后出发,预计更能体验到性价比高、氛围悠闲的旅程。

节后机票、酒店价格也有大幅下降,来自飞猪的数据显示,10月11日广州飞曼谷、上海飞香港最

便宜的机票价格均不足400元(含税费),10月9日上海飞大连、北京飞银川、杭州飞桂林最便宜的机票价格均在200元左右(不含税费);长沙、昆明、青岛、乌鲁木齐等城市10月10日、10月11日入住的高星级酒店,有不少价格都在400元以内,有的甚至仅需300元左右。

携程研究院认为,长假集中出行模式带来资源紧张与成本上涨问题,而“分段式”错峰出行作为一种理性的选择,可以有效疏解行业在高峰期的承载压力,优化资源配置,也能缓解旅游消费者的痛点。

本报记者 孙江荃