

高德公布的国庆中秋长假出行消费报告显示:

## “烟火小店”流量增长 县域旅游火热

2025年国庆中秋双节期间,各地推出丰富多彩的文化和旅游产品、服务、活动,激发我国出行和消费市场的新活力。10月9日,“高德扫街榜”发布的《2025国庆中秋长假出行消费报告》显示,长假期间全国出行和消费行为活跃,8天假期,高德为线下餐饮店带去超1亿客流。

据了解,9月10日,高德推出扫街榜,下设“烟火小店”“本地人爱吃”“多次前往(回头客)”“轮胎磨损(专程前往)”等子榜单,为各地消费者决策提供多角度参考。10月1日,烟火小店流量增长300%,本地生活餐饮行业订单量同比增长150%。

双节假期,“反向出游”到县城成为越来

越多年轻人的热门目的地。报告认为,相比一、二线热门城市,这些县域游客相对较少,文化遗产或自然风光的特色突出,有烟火气但消费水平不高,很符合年轻人对性价比的追求。山西应县木塔、广东博罗县罗浮山风景区、辽宁凌海布达拉宫广场等地跻身全国热门景区,成为年轻人“奔县”的重要目的地。

根据文旅部数据中心测算,国庆中秋假日8天,全国国内出游8.88亿人次,较2024年国庆节假日7天增加123亿人次。

数据显示,越来越多的新能源汽车正“驶向远方”。高德在线的全国公共充电站达到30多万座,总量已经是加油站的2.5倍,

较2021年增长了300%。10月1日至7日,全国新能源车与燃油车平均导航距离接近,新能源车1000公里以上的位移次数同比增长640%。

据介绍,长假前夕,中国安全生产科学研究院联合高德发布“鹰眼守护”预警系统。当判定前方发生重大异常事件时,该系统通过语音+地图界面双重方式,迅速向后方或可能受影响的车辆用户精准推送预警信息,从而为驾驶员提供宝贵的“黄金反应时间”。在应急管理部的提醒下,更多人长假出行时打开高德启动该系统,10月1日至8日,“鹰眼守护”系统发出预警超17.4亿次。

来源:人民网

## 开启“宠粉”模式 吸引八方游客

——双节期间我省部分旅游景区见闻

璨的夜景,仿佛置身于梦幻之中。大同文庙推出的“跟着木兰逛文庙”主题活动别出心裁,其中文创产品“灰猴”以其浓郁的地方文化特色和可爱的造型迅速走红,成为游客体验大同本土文化的生动载体,让在场游客爱不释手,纷纷购买留念。

忻州古城的夜晚被一场1600℃的“铁花雨”点亮,场面震撼人心。在国家非遗“打铁花”表演现场,匠人们将炽热的铁水泼向夜空,瞬间火星四溅、金光灿烂,引来观众阵阵喝彩。为应对客流高峰,忻州市委、市政府提前精心部署,统筹多部门联合值守,日均投入保障力量1300余人。假期前3天,忻州古城日均游客量突破118万人次,旅游市场一片火热。

10月2日至8日,吕梁碛口景区上演了一场精彩绝伦的大型皮影历史剧《黄河碛口晒银子》。该剧以历史典籍中记载的真实

人物和事件为蓝本,通过皮影戏这一独特的艺术形式,生动再现了当地的民俗风情,展现了深厚的黄河文化,弘扬了伟大的吕梁精神,为古老景区注入了新的内涵。

运城推出的“群众文化进景区”活动内容丰富、形式多样,通过歌曲、舞蹈、情景剧等文艺载体,让更多游客深入了解河东文化的深厚底蕴。永乐宫、黄河龙门景区、圣天湖等景区也通过数字壁画展、戏曲表演、美食品鉴、花海游览等形式,让游客感受河东传统文化和民俗的独特魅力。

长治举办的“月圆国庆·乐购长治——太行消费嘉年华”活动覆盖零售、餐饮、文旅、汽车等消费领域,让全市沉浸在欢乐的氛围中。街区畅游、主题车展、特产展销等一系列活动精彩纷呈,吸引了晋冀豫等周边地区的客源,为当地文旅、零售、餐饮等行业注入了新的动力。

来源:山西新闻网

今年国庆中秋假期,三晋大地文旅市场硕果盈枝,各主要景区人气爆棚,吸引了来自五湖四海的游客沉醉于壮美的三晋风光。这个假期,山西开启全方位“宠粉”模式,持续提升服务质量,精心打造放心出游环境,不断推出新颖的文旅活动,营造出全新的消费场景,让“山西好风光”的金字招牌愈发闪亮。

在太原钟楼街,新推出的原创IP“钟宝贝”戏曲形象惊艳亮相。它将晋剧水袖泼墨元素巧妙融合,造型别致灵动,成为游客争相合影的“新宠”,为这条千年古街注入了全新的活力。据统计,10月1日至5日短短5天时间,钟楼步行街就接待游客626万人次。与此同时,晋祠、太原北齐壁画博物馆、窦大夫祠、太原古城、稻田公园等主要景区也迎来了客流高峰,部分景区甚至发布了限流预警。

不久前,大同凭借独特的夜景入选2025年中国最美城市夜景榜单,假日期间的大同更是处处洋溢着喜庆的氛围。当夜幕降临,游客漫步在大同古城,流连于灯火璀

(上接01版)

午后的晋中国家农高区,秋阳洒在温室大棚的玻璃上,折射出无数道光。无土栽培架上,哈密瓜的表皮凝结着细密的水珠,香梨的果皮泛着青黄色的光泽。工作人员笑着说:“这是我们培育的水果,用了水肥一体化技术,自然成熟,甜度管够。”

“Very sweet!”代表团成员咬了一口哈密瓜,汁水顺着指缝流下来,赶紧用另一只手接住,脸上带着满足的笑,“So juicy!”北马其顿前副议长、前文化部长胡斯尼·伊斯马伊利举着香梨说,“在很多国家吃不到这么新鲜的水果,而这里的农民用科学技术种出了这么好的水果——这不仅是中国的希望,也是全世界的希望。”他指着温室里的无土栽培架说,“你们用最少的土地种出最多的水果,这对解决全球粮食问题很有启发。”

大同坊城新村的黄花产业园里,空气中飘着黄花的甜香。工作人员端来了黄花酱、黄花啤酒,代表团成员品尝后,眼睛亮了,纷纷走到柜台前,指着各类黄花产品说,“我要这个”“给我来两瓶辣酱”。

“你们的乡村很漂亮。”阿尔巴尼亚国际研究所副所长法特米尔·采拉望着大厅内的展品说,“这里的人们将黄花作为致富产业,为了让生活变得更好付出了很多智慧与努力。我之前从未听说过山西,今天来到这里,发现山西是一个与众不同的省份。这里很干净,人们也很友好。”这个爱拍照的老人,手机里早已存了大量关于山西乡村的照片。

“灯塔工厂”里,  
解码发展的硬核力量

近年来,山西坚持摆脱“煤炭依赖”,迈向“绿色转型”,在新质生产力培育、先进制造业发展中走出了自己的路。太原能源低碳发展论坛,就是山西向世界展示转型成果的

“窗口”。

“山西的能源转型经验,对欧洲国家同样有启发。”罗马尼亚穆列什省省长彼得·费伦茨说,“我们与山西有25年的友好关系。这次来参加论坛,听到了很多关于绿色低碳的创新路径,这些都值得我们学习。”他拿着论坛手册说,“回去后,我要推动我省与山西在能源领域的合作,让更多欧洲国家了解山西的转型成果。”

雨后的太钢集团厂区,机器的轰鸣声里透着活力。代表团走进太钢博物馆,眼前的景象让他们瞪大了眼睛:一片片薄如蝉翼的钢带,被工作人员用手轻轻一撕,便分成了两片,像撕开一张纸一样容易。“这就是我们的‘手撕钢’,厚度只有0.015毫米,是世界上最薄的不锈钢。”工作人员说。“太奇妙了!这比我的指甲盖还薄!”代表团成员凑过去,用指甲比了比“手撕钢”,惊讶地说。

太重集团展示大厅的穹顶下,“灯塔工厂”的模型闪着金属光泽,旁边的屏幕上播放着火箭发射的场景。世界上最大起重机的模型旁边,无人驾驶的新能源矿车缓缓启动。当大屏幕播放2050年制造业展望宣传片时,画面里的人工岛上,机器人在搞建设……

“这个宣传片像科幻片一样!”罗马尼亚参议院驻欧洲议会代表加布里埃拉·克雷楚说,“我关注中国的发展很多年了,现在亲眼看到中国的制造业这么先进,依然很震撼。”

“热情山西”里,  
感受魅力中国的温度

山西的热情,像秋天的太阳,温暖而明亮。代表团成员走到哪里,都能感受到山西人的热情与开放。

太原钟楼街的青石板路上,代表团成员

与中国游客一起逛街游玩。简单的交流,开心的合影,自然而然的亲近,成了东南欧客人的真实感受。当这些外国人拎着大包小包从礼品店走出时,店员们拿着小礼品热情地追了出来:“你们第一次来山西,这些送给你们,不要钱,请带回欧洲。”

由于长相酷似哈利·波特,扬·瓦伊格尔无论走到哪里,都有市民找他合影,而他也一一同意。“这里的人们太热情了,很友好,我的旅程很愉快,也交了很多朋友。作为记者,我回去后要把看到的告诉身边所有人,期待再次来到这里。”

司马迪说:“我告诉我的粉丝,一定要来中国。现在免签政策很方便,中国正以热情和开放的态度欢迎外国朋友。这里的科技、工业发展速度很快,美食也是一流的。如果让我给中国一个建议,那我要说,Dont Stop,不要停下来。”

6天的行程,代表团成员从“五千年文明”读到“现代制造业”,从“乡村振兴”读到“能源转型”,从“山西的热情”读到“中国的温度”。他们说,山西是中国的缩影,从山西的过去、现在,能看到中国的过去、现在与未来。

“中国是我们的最主要合作伙伴之一。”代表团团长、塞尔维亚国家行政和地方自治部国务秘书雷德拉格·拉伊奇说,“山西的发展成果,让我们看到了中国的实力与潜力。回去后,我要宣传山西,推动塞尔维亚与山西在能源、制造业、农业领域的合作,让两国的友谊继续像钢铁一样坚固。”

山西的故事,还在继续;中国的故事,还在继续。这些来自东南欧的客人,将带着山西的“活”历史、“甜”乡村、“硬”制造、“暖”热情,回到自己的国家,把山西的故事告诉世界——这,就是中国的魅力。

来源:山西日报

当国庆“邂逅”中秋带来8天超长假期,人们纷纷踏上旅途,文旅市场呈现全面开花、高潮迭起之势。从传统景区到网红打卡地,从历史街巷到活力商圈,处处人潮涌动,各地演唱会、音乐节、体育赛事、非遗展销、国潮市集,纷纷精彩亮相。繁荣的市场、火热的消费,共同描绘着新时代活力中国的生动画卷。

“中国红”成为各地红色景区最动人的色彩。10月1日,超12万来自五湖四海的游客和市民在北京天安门广场观看升旗仪式,人群中头发花白的老人、被父母抱在怀中的孩童,选择用同一种方式祝福祖国。湖南韶山毛泽东广场,游客们通过敬献花篮、肃立鞠躬等方式,表达对伟人的深切缅怀和崇高敬意;海南红色娘子军纪念馆以“红色传承·家国同庆”为主题精心策划体验活动,游客们通过角色扮演、革命知识问答等方式致敬先烈。

“红色”寄托着人们的家国情怀,“月色”见证着团圆的幸福温馨。

夜幕之下,安徽黄山徽州古城里鱼灯璀璨,汪满田鱼灯、瞻淇鱼灯、渔梁鱼灯三大非遗鱼灯聚首联袂巡游。灯火摇曳间,鱼灯队伍宛若游龙穿梭于古街巷陌。来自辽宁锦州的游客张琳和家人一起在旅途中共度佳节。看完鱼灯表演,她还选购了几件鱼灯文创,“鱼灯有很多美好的寓意,回去可以把自己的祝福送给亲朋好友。”

双节同庆,各地博物馆也化身“氛围担当”。今年恰逢故宫博物院建院100周年,从9月30日起,“百年守护——从紫禁城到故宫博物院”展览在午门展厅对公众开放,200件(套)珍贵文物令游客目不暇接,立体式领略璀璨的中华文明;扬州中国大运河博物馆开启“夜游运河·千年流光”系列活动,金箔画制作、活版印刷等99场互动体验,带观众体会中华传统文化魅力;深圳博物馆的“月满华诞,盛世乐章——2025深博之夜”系列活动,让游客同时感受传统与现代交织、音乐与舞蹈辉映、诗文与民乐共鸣的文化体验。

近年来,随着生活水平提升与消费理念升级,人们对旅游的需求早已不止看山看水、观光打卡,而是更希望沉浸式体验在地文化。今年国庆中秋假期,各地举办各类文化活动超12万场,传统景区、热门商圈纷纷化身文化体验场。北京园博园成为“戏曲百花园”,进入公园,悠扬的唱腔不绝于耳,在这里举办的戏曲文化周共推出20余项主题活动和近400场演出,来自全国的33家专业院团齐聚于此,为观众带来专业性、群众性兼具的戏曲文化盛会。福建厦门中山路,假期前3天就吸引客流58.7万人次。游客不仅能在这条百年商业街上“买买买”,还能看到各种非遗和潮流文化的碰撞,原创音乐剧《英雄厦儿》也以行进式情景演出的形式登陆街区。该剧导演张蓓表示,希望以这种创新的方式带游客市民沉浸式体验厦门的红色记忆。

黄金周是各地抢抓文旅经济的重要机遇。各地、各景区除了出台惠民举措等常规操作,还把“宠”客玩出新花样。江苏、浙江、安徽等多地向社会开放政府部门食堂,为游客市民提供平价餐饮;上海、河南、辽宁等多地博物馆延长开放时间;山东青岛崂山风景区为游客免费提供热水、姜汤等物品;河南清明上河园景区向游客免费发放雨衣;四川广元剑门关景区游客中心变身“临时之家”,为游客提供临时住宿……这些暖心之举令网友纷纷点赞。

和谐有序的景区、便捷温馨的服务、喜笑颜开的游客构成了旅途中一道道亮丽的风景,这背后折射出旅游业发展理念的变化,从一味开发资源到不断提升服务,从追求一次性消费到打造长远口碑,旅游业聚拢人气、财气,也成为塑造城市形象的重要窗口。

来源:经济日报

国庆中秋期间  
文旅市场活力涌动