

# 一场近24亿人次的大迁徙开始了

## 中国假期吸引世界“流量” 彰显“假日中国”澎湃动能

国庆中秋8天假期,预计23.6亿人次跨区域流动,一场人口超级“大迁徙”已然启动。

节前高铁新线开通、多条高速公路贯通、航班航线加密等持续升级提速,假期出行新选择、新选项再扩容;上海双邮轮同日靠泊,邮轮游持续火爆,中国游吸引力显著提升;中国假期吸引世界流量,彰显“假日中国”动能澎湃。



10月1日,游客在贵州省遵义市乌江寨景区观看表演。

新华社发



10月1日,各地迎来出行高峰。图为旅客在昆明火车站乘车出行。新华社发

无数人踏上了旅途,寻找诗和远方。这场流动盛宴,正刷新一个历史纪录。

交通运输部预测,8天假期全社会跨区域人员流动量将达到23.6亿人次,预计10月1日会出现首个高峰,单日客流量可能会超3.4亿人次,再次出现历史峰值。

23.6亿人次流动,一个个历史新高,本质是经济活力的生动注脚。

车水马龙的高速、游人如织的景区、热闹非凡的商场、热气腾腾的饭店、摩肩接踵的博物馆,假日经济的活力扑面而来。

行走在中国大地,目之所及皆是蓬勃的生机。文旅部数据显示,2025年上半年,国内居民出游32.85亿人次、总花费达到3.15万亿元,又创新高。

流动的中国,流动的消费,消费作为经济增长的主引擎,正通过超级黄金周的人流涌动持续轰鸣。

变化也在悄然发生。如今人们的出游,正逐渐告别“打卡式”的匆匆赶路,而是更追求“沉浸式”的体验,情绪价值正成为旅客选择目的地的核心因素。携程平台上,新疆、西藏、内蒙古等远途目的地酒店搜索热度同比上升60%,且客源多来自一线和新一线城市,城市“工位主理人”在大山草原间放松身心、回归自然。

假期变长了,人们走得也更远了。去哪儿数据显示,超六成消费者打算跨省游,近三成消费者打算出境游。

流动的活力早已跨越国界。在

免签政策、航班恢复等利好加持下,中外旅客跨境游需求旺盛,出境游、入境游双向火爆。

国家移民管理局预测,假期日均出入境旅客将突破200万人次,预计出入境客流高峰主要集中在10月1日和6日。

“中国游”越来越火。在线旅行平台数据显示,热门客源国包括韩国、日本、泰国、马来西亚、新加坡、英国、印度尼西亚、美国、俄罗斯和澳大利亚等。上海、北京、广州、深圳、成都、重庆、厦门、青岛、杭州和西安等成为入境旅游热门目的地。

今年1—8月免签入境外国人1589万人次,占入境外国人62.1%,同比上升52.1%。外国游客不再只满足于打卡长城、故宫,更愿意深入街头巷尾,感受真实的中国,“空箱而来、满载而归”成了常见的景象。

今年以来,随着中国不断扩大开放,越来越多的中国公民走出国门、走向世界,更多外国人来华商贸、旅游、工作、学习和生活。双向奔赴间,开放的中国与世界联系愈发紧密。

这不仅是一次假期消费的集中释放,更是中国经济韧性和活力的有力见证。

23.6亿人次的迁徙,本质是消费信心的投票。从高速车流到跨境航班,从非遗工坊到免税柜台,这场流动的盛宴,正在书写一个清晰的答案:中国经济的活力,就藏在每一个普通人对美好生活的追求里,藏在每一次跨越山海的奔赴里。

据新华社电

## 2300万人次! 铁路加大运力投放

中国铁路10月1日迎来国庆中秋假期客流最高峰,发送旅客2300万人次,加开旅客列车2106列。截至10月1日8时,铁路12306已累计售出国庆中秋假期运输(9月29日—10月10日)期间车

票1.2亿张。

铁路部门多措并举应对假日客流高峰,在热门方向、区间和时段增加运力投放,举办丰富多彩的站车文化活动,全力保障旅客平安便捷温馨出行。据中新社电

## 开门红! 全国多个景区门票售罄

10月1日,国庆中秋假期火爆启幕,出行热潮席卷全国,文旅市场热潮涌动。

相关报告显示,10月1日,“AI避堵”需求激增,平台上旅行智能体DeepTrip小时访问量峰值较平时增长近3倍,提问量较平时激增6.5倍,均创历史新高。假期首日全国重点景区客流量大幅增长,周边用车需求较平时增长超3倍。

与此同时,多个景区发布门票售罄的公告。

九寨沟管理局9月30日就发

布公告称,截至当日09:00,九寨沟景区10月1日至10月6日门票预订4.1万张,均已达到最大承载量。

10月1日,成都大熊猫繁育研究基地也发布公告,10月2日至10月4日全天以及10月5日上午门票已售罄,10月5日下午及6日上午门票即将售罄。

截至发稿,记者搜索发现,包括中国国家博物馆、故宫博物院、陕西历史博物馆、南京博物院、湖南博物院等热门博物馆等可预约时段内的门票均已约满或售罄。据央视报道

## 卖爆了! 义乌热销国潮节庆用品

中秋佳节临近,义乌国际商贸城的节庆用品销售迎来旺季。走进市场,红彤彤的灯笼挂满通道,国潮风花灯与非遗手作相映成趣,浓浓的中秋氛围里,传统文化以年轻化的姿态“圈粉”。

国潮风的热度,不仅体现在花灯上。记者在市场里看到,国风月饼礼盒、服装饰品等产品,都成了今年的“新宠”。

记者也注意到,以往仅在中秋、春节前集中备货的采购商,如今常会提前数月订购国潮产品,部分商超、文创店更是常年设置“国风专区”,将花灯、传统纹样饰品作为常规商品销售。这种消费模式的转变,不仅拉长了国潮产品的消费周期,也让义乌市场的供应链更具韧性。

据央视财经报道