國慶旅收超6000億 增長8.47%

接待國內遊客7.82億人次 紅色旅遊成主題

香港文匯報訊（記者 趙一存 北京報道）據央視新聞聯播報道，來自文化和旅遊部的數據顯示，今年國慶七天，全國共接待國內遊客7.82億人次，同比增長7.81%；實現國內旅遊收入6,497.1億元（人民幣，下同），同比增長8.47%。各項指標均創歷史新高。其中，愛國主旋律引領國慶假日旅遊市場，紅色旅遊、夜遊、文博遊等均為今年國慶熱門的出遊主題。

文旅部數據中心統計顯示，今年是新中國成立70周年，國慶假日期間內地多個景區均有舉辦慶祝活動，很多家長選擇趁此機會對孩子進行愛國主義教育，以不同形式參與愛國主題旅遊。上述數據顯示，國慶長假期間內地有78.84%的遊客參與了各式國慶慶祝活動。中共一大會址、南湖紅船、楊家嶺、西柏坡、古田會議舊址、香山革命紀念地等紅色旅遊景區迎來客流高峰。各地還上演絕美燈光秀「告白」祖國。北京、上海、廣州、天津、重慶、武漢等城市夜間點亮地標建築，打出「我愛你中國」「祖國萬歲」等，備受追捧。據相關旅遊網站數據顯示，國慶期間，紅色主題景區全網在線售票同比增長35.2%。

愛國旋律引領市場

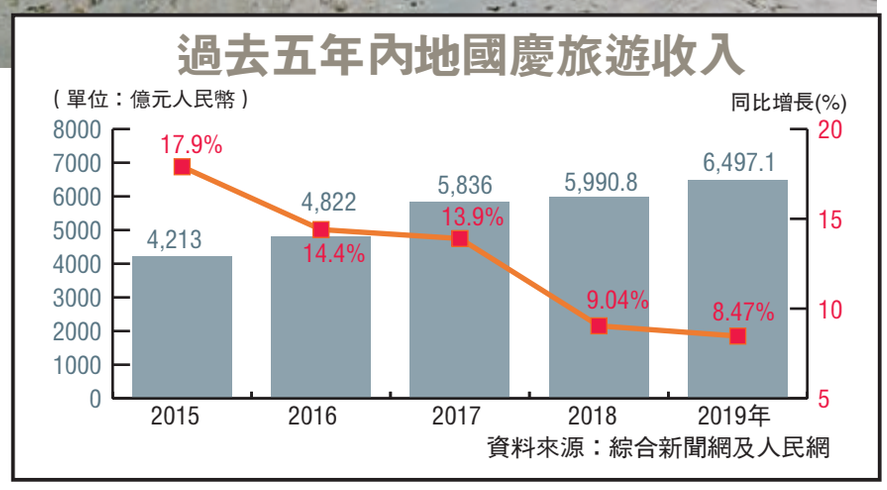
長假期間，愛國主旋律引領旅遊市場。紅色旅遊、文博遊等均為今年國慶熱門的出遊主題。各地博物館、圖書館、美術館、文化館等通過舉辦主題展覽，延長閉館時間，加大文化惠民力度。中央和地方文藝院團推出了豐富多彩的文藝節目。中國旅遊研究院的調查表明，66.4%的遊客假日期間參觀了人文旅遊景點，59.45%的遊客參觀了歷史文化街區，86.36%的遊客參與了兩項以上文化活動。

■長假期間，紅色旅遊、文博遊等均為今年國慶熱門的出遊主題。圖為湖南湘西鳳凰古城迎來客流高峰。 新華社

大數據疏導作用顯著

數據還顯示，移動互聯網、大數據、人工智能等科技在文旅領域所發揮的作用日趨凸顯，各地文化和旅遊部門、旅遊景區和旅遊企業提前預判、及時疏導，網上預約、線下分流，運用智慧化手段疏解客流。定製遊已從概念走向市場實踐，62.3%的遊客表示黃金周有意願嘗試「定製旅行」，其中「80後」、「90後」遊客佔比超五成，「00後」佔比達七分之一。

另據新華社報道，商務部7日發佈數據顯示，10月1日至7日，全國零售和餐飲企業實現銷售額1.52萬億元，比去年同期增長8.5%。



粵夜間文旅豐富 遊客增長明顯

香港文匯報訊（記者 黃寶儀 廣州報道）白天欣賞城市風光或探秘自然景色，夜晚觀賞各種主題燈光秀，打卡各種國慶特別版節目，給前來廣東旅遊的遊客留下難忘印象，尤其是豐富多彩的夜間文旅體驗，帶動了夜間經濟的蓬勃發展。

今年國慶，遊客需求多元化、個性化日趨鮮明，廣東的各大旅遊景區紛紛推出夜場經濟、探秘追尋、寓教於遊等新項目吸引遊客。其中，珠江夜遊是其中一個熱門夜遊項目。今年國慶期間，珠江兩岸的景觀資源和璀璨燈光再度全新升級，30棟沿江建築變成30幅燈光幕牆，組成打造了一條「珠江燈光畫卷」，吸引無數人在兩岸拍攝。珠江夜遊還推陳出新，每天的20時至21時，精心裝扮20艘珠江遊船，組織「歡樂珠江·禮讚祖國」國慶珠江巡遊活動。據珠江遊船企業直報數據顯示，10月1日至5日，珠江夜遊共接待遊客14.24萬人次，同比增長19.33%，經營收入1,210.09萬元人民幣，同比增長32.03%。

觀看馬戲節目是遊客到長隆樂園的必備項目。廣州長隆大馬戲每晚上演兩場世界頂級馬戲盛宴，長隆水上樂園晚上開放至21時，吸引大量市民遊客前往。珠海長隆更推出了300架無人機表白祖國、國慶紅歌快閃等國慶特別版節目，最新大劇龍秀、夜宿鯨鯊館、夜光大巡遊之「海洋保衛戰」等熱點項目，均成為網紅打卡點。

國慶假日期間，廣東其他地方也紛紛推出夜間主題活動，如佛山多地舉行夜場活動，佔地5萬平方米的拾貳季生態島舉行網紅花燈藝術節，燈飾共設60組，以浪漫愛情、四季繁花、萌寵動物、水中精靈等為主題，造型唯美、體感3D，市民遊客賞夜景的同時，也大大拉動了佛山的夜場經濟。

灣區十城遊客旺 赴港遊慘淡收場

■國慶期間，澳門舉辦了包括煙花節、美食節、燈會、音樂會等多樣的慶祝活動。圖為「慶祝新中國成立70年大型燈光秀」在澳門上演。 新華社

香港文匯報訊（記者 黃寶儀 廣州報道）節慶文化遊，紅色主題遊，以及古驛道探秘、非遺傳承體驗、農民豐收活動，還有澳門的煙花節、音樂會……《粵港澳大灣區發展規劃綱要》正式公佈之後，大灣區熱度不減，今年國慶假期，除香港因持續動亂乏人問津外，大灣區各城市接待遊客數量均有明顯增長，部分城市單日訪客量同比增幅更超過35%，迎來名副其實的「黃金周」。

國慶假期結束，廣東市民旅遊熱情高漲，旅遊市場呈現供需兩旺的繁榮景象。香港文匯報記者從廣東省文旅廳獲悉，2019年國慶黃金周，廣東全省共接待遊客5,507.7萬，同比增長9.1%；收入464.9億元（人民幣，下同），同比增長13.3%。

根據廣東省文旅廳公開數據顯示，今年國慶黃金周期間大灣區各城市都交出了靚麗的「成績單」：國慶假期首日，到訪台山的遊客就超過了10萬人次；深圳各景點人潮湧動，深圳大梅沙變「煮餃子」，黃金周前四天，僅錦繡中華·民俗村景區就累計接待遊客近6萬人，同比增長約20%；東莞截至10月6日中午12時，全市納入統計的6家重點景區（鴉片戰爭博物館、松山湖景區、觀音山森林公園、龍鳳山莊、可園博物館、隱賢山莊）當日接待總人數為79,117人，同比增加35.36%。

赴港遊顯冷清

同樣火爆的還有澳門遊。今年也是澳門回歸祖國20周年。國慶期間，澳門舉辦了包括煙花節、美食節、燈會、音樂會等多樣的慶祝活動，對澳門旅遊的帶動效果顯著，澳門酒店房價漲幅明顯，尤其是10月1至5日，與平日比增幅高達165%。「一日遊」、「珠海、澳門聯線遊」成為廣東市民國慶赴澳門旅遊的主要形式。

與大灣區其他十個城市的火爆相反，廣東市民赴港遊顯得分外冷清。廣州的梁小姐五年前的國慶與朋友一起去香港迪士尼遊玩，男友就是在這次出遊中策劃了浪漫表白，因此兩人這幾年的國慶都要來一趟紀念之行，不過鑒於目前香港的形勢，梁小姐說因為擔心安全問題，兩人放棄了一年一度的紀念之旅。江門的陳小姐很早就計劃帶兒子到香港迪士尼慶祝周歲生日，順便來一次三代同堂的旅程，計劃同樣因為香港「黑衣魔」遭遇全家人的反對而取消。

港人灣區遊避亂

在內地遊客紛紛取消行程的同時，不少香港人也選擇了到大灣區城市避暴亂。傅先生一家四口昨天就到了深圳，「在香港根本不敢帶孩子出去玩，兩個女兒都悶壞了」。到了深圳感受的安全平和的氣氛，哪怕只是一家人看了一場大熱的《我和我的祖國》電影，一起夾娃娃，大家都感到格外開心。

香港文匯報記者採訪中發現，不止一家旅行社表示，今年國慶的香港遊「幾乎相當於沒有」，且在國慶假期前各門店也沒有收到任何的諮詢。業內人士對於未來香港遊的前景同樣憂心，認為目前隨着出境遊的不斷成熟和發展，以及內地各種主題景點的豐富，香港旅遊除了「近、方便」並沒有明顯優勢，加上經歷過數月的暴亂，廣東遊客對香港的信心需要相當長的時間才能恢復。

旅遊點外賣 解鎖另類新消費

■國慶期間，杭州西湖風景區的斷橋上遊人絡繹不絕。 新華社

特稿

今年國慶假期，有不少遊客解鎖了品嚐美食的新姿勢：邊逛邊吃。在各地旅遊景區，除了人頭攢動的遊客，還多了不少外賣小哥的身影。

在線外賣平台的數據顯示，在國慶前三天，有超過百萬名遊客在全國核心景區點外賣。根據用戶日常下單城市和國慶期間下單城市的數據分析，在來杭旅遊的各地遊客中，要屬上海、北京、南京的遊客最喜歡點外賣了。

在杭州的眾多景點中，西湖斷橋、西溪濕地、南宋御街成了外賣訂單量最多的景點。據杭州物流負責人張飛介紹，西湖斷橋周邊、虎跑寺、杭州少年宮附近的外賣訂單量更是景點中的翹楚，成爲西湖區域的外賣訂單量前三名。

片兒川、葱包燴、荷花酥是杭州特色小吃中最受遊客外賣青睞的，增幅分別達到24%、82%和61%。其中。在景點下單吃片兒川的遊客近19,100人次，超過3,760名遊客在西湖斷橋吃片兒川外賣。

從全國範圍看，「今年國慶期間外賣消費需求非常旺盛，全國大多數城市都實現了訂單兩位數的同比增幅。」阿里本地生活服務公司公共事務資深專家羅南介紹，「而在熱門景區點外賣，也成了今年黃金周的消費新趨勢。前三天有1萬多人在上海的徐家匯點生煎，有3,000多人在杭州的斷橋邊點了片兒川，而有5,000多人在西安的大雁塔下點了肉夾饃。」

護國寺小吃，是北京小有名氣的傳統特色美食。王朋是這個區域的一名外賣騎手，他告訴記者，今年國慶期間，地方特色美食的訂單突然增加了不少。

「比去年國慶的時候每天要多個十幾單，主要現在遊客在賓館點得多一點，像護國寺小吃、鴨王、京味齋這些餐廳出得比較多，北京烤鴨一天最多送了一二十單。」外賣騎手王朋說。

王朋介紹，平日裡他配送的主要以簡餐爲主，配送地點多爲寫字樓，但這個假期，很大一部分訂單是送往景區、公園和酒店。 ■《錢江晚報》