

强于大市

2026 年国庆旅游数据点评

出行总量平稳，长线游需求深度释放，反向游亮点频出

26 年国庆出行市场总体稳健。国内市场长线出行和反向游亮点频出，跨境游持续繁荣，维持行业强于大市评级。

支撑评级的要点

- **出行人次持续增长，量增价减趋势不变。**据交通运输部数据，国庆假期期间，全社会跨区域人员流动量累计达 21.42 亿人次，日均 3.06 亿人次，同比+0.6%。其中，公路和自驾出行占比超 9 成，铁路出行客流量增速最高。据文旅部数据，国庆节假期 7 天，全国国内出游 8.26 亿人次，国内出游总花费 7383.75 亿元，按可比口径同比分别增长 6.3%、4.3%；客单价为 893.92 元，同比-1.88%，出行人次持续增长，人均消费仍然延续下滑趋势。
- **头部景区热度不减，小城旅游热度高增。**从重点景区表现来看，国庆期间，西湖、大雁塔等传统知名景区接待游客规模仍然维持高位；长白山、峨眉山的接待游客人次实现双位数增长，黄山、玉龙雪山、九寨沟等传统山水景区热度不减。此外，小城旅游、反向旅游带火部分小众景区，假期前四日，河南万岁山武侠城凭借沉浸式活动吸引游客，旅游热度同比暴增 22 倍，多日达到接待上限。
- **免税：客流显著增长，客单消费下滑。**据海口海关统计，国庆假期期间，海口海关共监管离岛免税购物金额 8.55 亿元，日均口径同比+3.5%；购物人数 12.30 万人次，日均口径同比+14.4%；购物件数 69.68 万件；客单价为 6951 元，同比-9.5%。相较五一和端午，购物人次增长再次提速，客单价同比下滑，导致整体销售额增速放缓。
- **跨境游繁荣度高，免签入境外国游客增速领先。**据国家移民管理局数据，今年国庆假期全国共 1546.2 万人次出入境，日均 220.9 万人次，同比增长 6.7%。其中，外国人入境 68.2 万人次，适用免签政策入境 50.5 万人次，较去年同期分别增长 5.4%、9.2%。**入境游：海外游客错峰出行，文化为核心吸引力。**据携程数据，入境游市场延续强劲势头，保持双位数增长态势。国庆期间的入境游日均订单为节前平日的 3 成，而国内游约为 1.2 倍；国庆结束后，入境订单逐日回升，节后一周日均约为国庆期间的 1.4 倍。从目的地来看，入境景区预订订单中，文化类景区占比由 2024 年的约 32% 升至约 43%，慕田峪长城入境订单增长近 4 倍，故宫、兵马俑增长均超 1.3 倍。**出境游：短线游、长线游齐升温。**据途牛数据，东南亚短线游及欧洲长线深度游是假期的热门选择，韩国、印度尼西亚、马尔代夫、意大利、法国、瑞士、土耳其、泰国、德国、马来西亚等目的地热度领跑。据携程数据，中国游客赴欧洲的订单同比实现双位数增长。
- **出游特征：1)“请 3 休 13”拼假模式走红，出行节奏更加分散，长线游需求深度释放。**据携程数据，双节出行需求总量增加，单日峰值有所下降，长途和跨省旅行占比显著增加，跨省游人次占比同比提升 6pct 至 59%。国内游平均单程距离增至约 560 公里，全国目的地预订订单增速前四为西藏、青海、贵州、新疆；欧洲在出境游中订单占比约为平日的 1.5 倍。2)小城游、“奔县游”变热潮，原生旅游成为新趋势。马蜂窝平台“奔县游”相关搜索环比大涨 238%，县域目的地、自驾路上的衍生文旅项目搜索热度平均上涨 120%。此外，相比网红打卡和人造景观，“原生旅游”成为新出行趋势。飞猪数据显示，自然风光及村寨商品预订量同比增超 40%。

投资建议

- 国庆假期国内出游人次稳健增长，人均消费仍有承压，跨境游市场总体依旧亮眼。出游总体呈现出传统优质目的地热度不减，小众目的地和旅游方式热度走高的特点。在促服务消费的政策驱动下，文旅产业链相关公司有望维持高景气度。重点推荐资源优质、运营强劲、有外延增长预期的出行链及相关产业链公司：岭南控股、同程旅行、长白山、黄山旅游；受益于商旅客流复苏以及疫后市占率提高的连锁酒店品牌首旅酒店；海岛旅游旺季即将来临，有望驱动免税销售，推荐中国中免、王府井等。

评级面临的主要风险

- 出行需求复苏不足、宏观经济复苏不及预期。

相关研究报告

《社会服务行业双周报》20260930
《社服与消费视角点评 8 月国内宏观数据》
20260918
《社会服务行业双周报》20260915

中银国际证券股份有限公司
具备证券投资咨询业务资格

社会服务

证券分析师：李小民

(8621)20328901
xiaomin.li@bocichina.com
证券投资咨询业务证书编号：S1300522090001

证券分析师：宋环翔

huanxiang.song@bocichina.com
证券投资咨询业务证书编号：S1300524080001

国内游：

出行人次持续增长，量增价减趋势不变。据交通运输部数据，国庆假期期间，全社会跨区域人员流动量累计达 21.42 亿人次，日均 3.06 亿人次，同比+0.6%；其中铁路客运量 1.52 亿人次，日均 2170 万人次，同比+12.7%；公路客运量 19.62 亿人次，日均 2.80 亿人次，同比-0.3%；水路客运量 0.11 亿人次，日均 156 万人次，同比+7.1%；民航客运量 0.17 亿人次，日均 242 万人次，同比基本持平。从出行方式来看，公路和自驾出行的占比超过 9 成，铁路出行客流量增速最高。据文旅部数据，国庆节假期 7 天，全国国内出游 8.26 亿人次，国内出游总花费 7383.75 亿元，按可比口径同比分别增长 6.3%、4.3%；客单价为 893.92 元，同比-1.88%，出行人次持续增长，人均消费仍然延续下滑趋势。

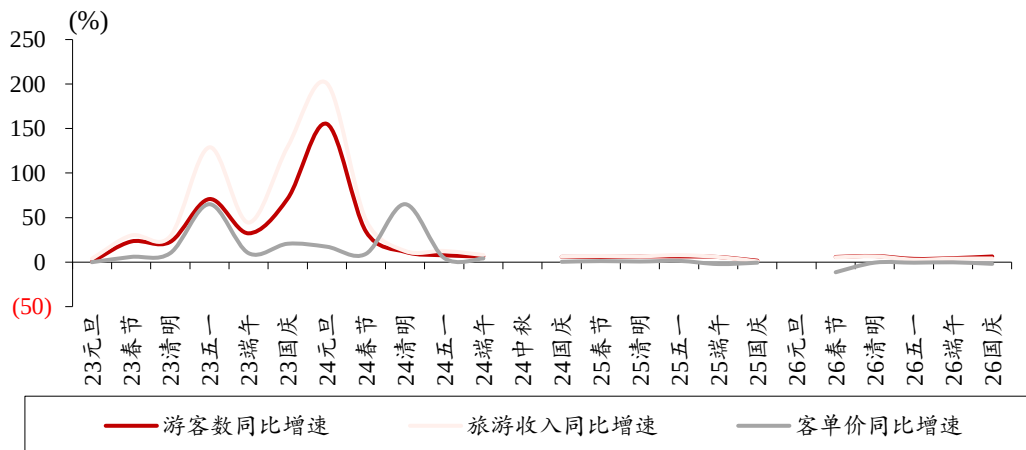
图表 1.2026 国庆&中秋假期跨区域人员流动量

国庆	公路	铁路	水路	民航	合计
流动量(亿人次)	19.62	1.52	0.11	0.17	21.42
日均流动量(万人次)	28,026	2,170	156	242	30,600
yoy(%)	(0.3)	12.7	7.1	-	0.6
中秋	公路	铁路	水路	民航	合计
流动量(万人次)	58,044.0	5,376.2	288.6	607.3	64,316.1
日均流动量(万人次)	19,348.0	1,792.1	96.2	202.4	21,438.7
yoy(%)	0.1	26.3	45.7	19.8	2.2

资料来源：交通运输部，中银证券

注：中秋同比数据为和 24 年比较

图表 2. 23 年以来国内文旅市场表现



资料来源：文旅部，中银证券

重点省市监测：

各省份出游客流普涨，人均消费仍有承压。从出游人次来看，由于高基数以及拼假出行导致假期峰值变得平滑，各地基本实现个位数的增长。旅游花费增速整体仍然低于人次增速，与旅游大盘趋势基本一致。

图表 3.国内部分省市 2026 国庆假期旅游市场状况

省市	26 年国庆假期旅游情况
北京市	国庆假期北京累计接待游客 2345 万人次，实现旅游总花费 294.9 亿元。其中，接待入境游客 12.6 万人次，实现入境游客花费 13.7 亿元。
江苏省	截至 10 月 7 日 15 时，国庆假期全省纳入监测的 649 家 A 级旅游景区、195 个省级以上乡村旅游重点村、75 家省级以上夜间文旅消费集聚区及 253 家文博场馆，去重后累计接待游客 4845.05 万人次，实现游客总消费 490.01 亿元。以日均数据对比去年国庆假期，接待人次、旅游消费分别同比增长 3.39%、2.37%。
上海市	国庆假期上海共接待游客 2020.54 万人次，其中 10 月 7 日单日接待游客 453.02 万人次，同比增长 13.25%。假期上海吃、住、行、游、购、娱全要素旅游交易总金额达 298.22 亿元，同比增长 3.52%。
河南省	7 天假期，全省 4A 级及以上重点景区共接待游客 1833.3 万人次，实现营业收入 11.6 亿元。
四川省	国庆假期，全省纳入统计的 908 家 A 级景区累计接待游客 4602.96 万人次，同口径同比增长 0.85%，实现门票收入 4.23 亿元。根据文化和旅游部《假日旅游数据测算指引》，经第三方测算，四川实现旅游总花费 340.87 亿元，按照可比口径同比增长 1.45%。
广东省	2026 年国庆假期，广东接待游客 6278.9 万人次，实现旅游花费 584.4 亿元，日均分别同比增长 10.1%、8.9%。4A 级及以上景区接待游客 2264.3 万人次，同比增长 9.4%。
福建省	福建省接待国内外游客人次、游客旅游总花费比 2024 年国庆节假期日均分别增长 13.6%和 14.4%，比 2025 年国庆节假期日均分别增长 7.0%和 6.2%。

资料来源：各地文旅局，中新网，四川发布，广东发布，上海市政府，新商网，中银证券

重点景区监测：

头部景区热度不减，小城旅游热度高增。从重点景区表现来看，国庆期间，西湖、大雁塔等传统知名景区接待游客规模仍然维持高位；长白山、峨眉山的接待游客人次实现双位数增长，黄山、玉龙雪山、九寨沟等传统山水景区热度不减。此外，小城旅游、反向旅游带火部分小众景区，假期前四日，河南万岁山武侠城凭借沉浸式活动吸引游客，旅游热度同比暴增 22 倍，多日达到接待上限。

图表 4.国内部分景区 2026 国庆假期旅游市场状况

景区	26 年国庆假期旅游情况
大雁塔、大唐不夜城	假期期间合计接待游客 390 万人次。
黄山	国庆七天假期，黄山风景区接待游客总量突破 20 万人次。
西湖	国庆七天假期，西湖景区累计接待游客 426.40 万人次。
长白山	假日期间，长白山全域接待国内游客 83.6 万人次，同比增长 38.46%；国内游客出游总花费 8.02 亿元，同比增长 27.42%。镇区业态持续为假日经济提供有力支撑，思都里休闲度假商旅社区、云顶市集接待游客量分别增长 12.09%、6.03%，思都里实现旅游收入 477.39 万元，同比增长 39.82%。
峨眉山	景区累计接待游客 34.43 万人次，同比增长 10.01%；实现门票收入 2205.95 万元，同比增长 4.51%。
玉龙雪山	国庆假期，玉龙雪山景区日均接待游客 2 万余人次，客流稳步上升。
三峡大坝	7 天累计接待游客 20.52 万人次，同比接待规模基本持平。
九华山	国庆假期累计接待游客近 30 万人次，第五天单日接待游客超 6 万人次。
九寨沟	国庆期间，全县累计接待游客 32.79 万人次，同比增长 0.20%；实现旅游收入 3.82 亿元，同比增长 1.46%。其中九寨沟景区 26.39 万人次，10 月 1 日至 6 日连续 6 天每日接待量达到 4.1 万最大承载量。
万岁山	假期前四日，万岁山武侠城热度同比暴增 22 倍，多日达到接待上限并发布限流、停售当日门票公告。

资料来源：九寨发布，西安文旅，中新网，杭州日报，长白山管委会，丽江网，新华网，九华山发布，宜昌文旅，迈点网，中银证券

免税：

客流显著增长，客单消费下滑。据海口海关统计，国庆假期期间，海口海关共监管离岛免税购物金额 8.55 亿元，日均口径同比+3.5%；购物人数 12.30 万人次，日均口径同比+14.4%；购物件数 69.68 万件；客单价为 6951 元，同比-9.5%。相较五一和端午，购物人次增长再次提速，客单价同比下滑，导致整体销售额增速放缓。

图表 5.25-26 年部分假期离岛免税销售状况

	25 国庆	26 元旦	26 春节	26 清明	26 五一	26 端午	26 国庆
购物金额（亿元）	9.44	7.12	27.2	2.79	5.54	2.02	8.55
日均销售额(亿元)	1.18	2.37	3.02	0.93	1.11	0.67	1.22
yoy(%)	5.2	128.9	30.8	14.8	10.4	8.6	3.5
购物人数（万人次）	12.29	8.35	32.50	4.76	8.46	3.47	12.30
日均购物人数(万人次)	1.54	2.78	3.61	1.59	1.69	1.16	1.76
yoy(%)	(2.4)	60.6	35.4	19.6	7.4	11.2	14.4
客单价（元）	7685	8527	8369	5861	6548	5821	6951
购物件数（万件）		44.20	199.70	22.42	44.17	15.90	69.68
yoy(%)		52.4	21.9	10.1	3.8	1.9	
天数	8	3	9	3	5	3	7

资料来源：海口海关，中新网，中银证券

跨境游：

跨境游繁荣度高，免签入境外国游客增速领先。据国家移民管理局数据，今年国庆假期全国共 1546.2 万人次出入境，日均 220.9 万人次，同比增长 6.7%。其中，外国人入境 68.2 万人次，适用免签政策入境 50.5 万人次，较去年同期分别增长 5.4%、9.2%。

入境游：海外游客错峰出行，文化为核心吸引力。据携程数据，入境游市场延续强劲势头，保持双位数增长态势。入境游订单中，欧洲客源占比升至超过 20%，较去年实现双位数提升。且海外游客逐步适应国内的假期节奏开始错峰出行，国庆期间的入境游日均订单为节前平日的 3 成，而国内游约为 1.2 倍；国庆结束后，入境订单逐日回升，节后一周日均约为国庆期间的 1.4 倍。从目的地来看，入境景区预订订单中，文化类景区占比由 2024 年的约 32% 升至约 43%，慕田峪长城入境订单增长近 4 倍，故宫、兵马俑增长均超 1.3 倍。

出境游：短线游、长线游齐升温。据途牛数据，东南亚短线游及欧洲长线深度游是假期的热门选择，韩国、印度尼西亚、马尔代夫、意大利、法国、瑞士、土耳其、泰国、德国、马来西亚等目的地热度领跑。加拿大、韩国、荷兰目的地用户出游人次同比增长超一倍，土耳其、摩洛哥目的地出游人次同比增长超 50%。据携程数据，中国游客赴欧洲的订单同比实现双位数增长。

图表 6. 中外游客双向奔赴



资料来源：携程旅行，中银证券

出游特征:

“请3休13”拼假模式走红，出行节奏更加分散，长线游需求深度释放。据携程数据，在国庆和中秋拼假的策略下，双节出行的需求总量增加，单日峰值有所下降，被分摊至更长的时间周期内。此外，长途旅行和跨省旅行占比显著增加。携程度假产品数据显示，国内度假游客中，8天及以上行程的占比由2024年的不足6%升至今年的超过10%；出境度假游客由约29%升至约42%；跨省游人次占比相较去年同期提升6pct达59%。国内游平均单程距离增至约560公里，全国目的地预订订单增速前四为西藏、青海、贵州、新疆；出境方面，欧洲在出境游订单中占比约为平日的1.5倍。

图表 7. 2024—2026 年中秋国庆前后国内游首日出发订单占比



资料来源：携程旅行，中银证券

小城游、“奔县游”变热潮，原生旅游成为新趋势。去哪儿数据显示，双节期间县城酒店预订热度同比增长35%，马蜂窝平台上“奔县游”相关搜索环比大涨238%，县域目的地、自驾路上的衍生文旅项目搜索热度平均上涨120%。此外，相比网红打卡和人造景观，“原生旅游”成为新的出行趋势。飞猪数据显示，自然风光及村寨商品预订量同比增长超40%，喀什、百色、海西、宣城、武威等小城热度领先。“古村游”热度尤为明显，平台上预订“古村类”相关商品的用户数同比增长超90%。

投资建议

国庆假期国内出游人次稳健增长，人均消费仍有承压，跨境游市场总体依旧亮眼。出游总体呈现传统优质目的地热度不减，小众目的地和旅游方式热度走高的特点。在促服务消费的政策驱动下，文旅产业链相关公司有望维持高景气度。重点推荐资源优质、运营强劲、有外延增长预期的出行链及相关产业链公司：岭南控股、同程旅行、长白山、黄山旅游；受益于商旅客流复苏以及疫后市占率提高的连锁酒店品牌首旅酒店；海岛旅游旺季即将来临，有望驱动免税销售，推荐中国中免、王府井等。

评级面临的主要风险

出行需求复苏不足、宏观经济复苏不及预期。

披露声明

本报告准确表述了证券分析师的个人观点。该证券分析师声明，本人未在公司内、外部机构兼任有损本人独立性与客观性的其他职务，没有担任本报告评论的上市公司的董事、监事或高级管理人员；也不拥有与该上市公司有关的任何财务权益；本报告评论的上市公司或其它第三方都没有或没有承诺向本人提供与本报告有关的任何补偿或其它利益。

中银国际证券股份有限公司同时声明，将通过公司网站披露本公司授权公众媒体及其他机构刊载或者转发证券研究报告有关情况。如有投资者于未经授权的公众媒体看到或从其他机构获得本研究报告的，请慎重使用所获得的研究报告，以防止被误导，中银国际证券股份有限公司不对其报告理解和使用承担任何责任。

评级体系说明

以报告发布日后公司股价/行业指数涨跌幅相对同期相关市场指数的涨跌幅的表现为基准：

公司投资评级：

买入：预计该公司股价在未来 6-12 个月内超越基准指数 20%以上；
增持：预计该公司股价在未来 6-12 个月内超越基准指数 10%-20%；
中性：预计该公司股价在未来 6-12 个月内相对基准指数变动幅度在-10%-10%之间；
减持：预计该公司股价在未来 6-12 个月内相对基准指数跌幅在 10%以上；
未有评级：因无法获取必要的资料或者其他原因，未能给出明确的投资评级。

行业投资评级：

强于大市：预计该行业指数在未来 6-12 个月内表现强于基准指数；
中性：预计该行业指数在未来 6-12 个月内表现基本与基准指数持平；
弱于大市：预计该行业指数在未来 6-12 个月内表现弱于基准指数；
未有评级：因无法获取必要的资料或者其他原因，未能给出明确的投资评级。

沪深市场基准指数为沪深 300 指数；新三板市场基准指数为三板成指或三板做市指数；香港市场基准指数为恒生指数或恒生中国企业指数；美股市场基准指数为纳斯达克综合指数或标普 500 指数。

风险提示及免责声明

本报告由中银国际证券股份有限公司证券分析师撰写并向特定客户发布。

本报告发布的特定客户包括：1) 基金、保险、QFII、QDII 等能够充分理解证券研究报告，具备专业信息处理能力的中银国际证券股份有限公司的机构客户；2) 中银国际证券股份有限公司的证券投资顾问服务团队，其可参考使用本报告。中银国际证券股份有限公司的证券投资顾问服务团队可能以本报告为基础，整合形成证券投资顾问服务建议或产品，提供给接受其证券投资顾问服务的客户。

中银国际证券股份有限公司不以任何方式或渠道向除上述特定客户外的公司个人客户提供本报告。中银国际证券股份有限公司的个人客户从任何外部渠道获得本报告的，亦不应直接依据所获得的研究报告作出投资决策；需充分咨询证券投资顾问意见，独立作出投资决策。中银国际证券股份有限公司不承担由此产生的任何责任及损失等。

本报告内含保密信息，仅供收件人使用。阁下作为收件人，不得出于任何目的直接或间接复制、派发或转发此报告全部或部分内容予任何其他人，或将此报告全部或部分内容发表。如发现本研究报告被私自刊载或转发的，中银国际证券股份有限公司将及时采取维权措施，追究有关媒体或者机构的责任。所有本报告期内使用的商标、服务标记及标记均为中银国际证券股份有限公司或其附属及关联公司（统称“中银国际集团”）的商标、服务标记、注册商标或注册服务标记。

本报告及其所载的任何信息、材料或内容只提供给阁下作参考之用，并未考虑到任何特别的投资目的、财务状况或特殊需要，不能成为或被视为出售或购买或认购证券或其它金融票据的要约或邀请，亦不构成任何合约或承诺的基础。中银国际证券股份有限公司不能确保本报告中提及的投资产品适合任何特定投资者。本报告的内容不构成对任何人的投资建议，阁下不会因收到本报告而成为中银国际集团的客户。阁下收到或阅读本报告须在承诺购买任何报告中所指之投资产品之前，就该投资产品的适合性，包括阁下的特殊投资目的、财务状况及其特别需要寻求阁下相关投资顾问的意见。

尽管本报告所载资料的来源及观点都是中银国际证券股份有限公司及其证券分析师从相信可靠的来源取得或达到，但撰写本报告的证券分析师或中银国际集团的任何成员及其董事、高管、员工或其他任何个人（包括其关联方）都不能保证它们的准确性或完整性。除非法律或规则规定必须承担的责任外，中银国际集团任何成员不对使用本报告的材料而引致的损失负任何责任。本报告对其中所包含的或讨论的信息或意见的准确性、完整性或公平性不作任何明示或暗示的声明或保证。阁下不应单纯依靠本报告而取代个人的独立判断。本报告仅反映证券分析师在撰写本报告时的设想、见解及分析方法。中银国际集团成员可发布其它与本报告所载资料不一致及有不同结论的报告，亦有可能采取与本报告观点不同的投资策略。为免生疑问，本报告所载的观点并不代表中银国际集团成员的立场。

本报告可能附载其它网站的地址或超级链接。对于本报告可能涉及到中银国际集团本身网站以外的资料，中银国际集团未有参阅有关网站，也不对它们的内容负责。提供这些地址或超级链接（包括连接到中银国际集团网站的地址及超级链接）的目的，纯粹为了阁下的方便及参考，连结网站的内容不构成本报告的任何部份。阁下须承担浏览这些网站的风险。

本报告所载的资料、意见及推测仅基于现状，不构成任何保证，可随时更改，毋须提前通知。本报告不构成投资、法律、会计或税务建议或保证任何投资或策略适用于阁下个别情况。本报告不能作为阁下私人投资的建议。

过往的表现不能被视作将来表现的指示或保证，也不能代表或对将来表现做出任何明示或暗示的保障。本报告所载的资料、意见及预测只是反映证券分析师在本报告所载日期的判断，可随时更改。本报告如涉及证券或金融工具的价格、价值及收入可能出现上升或下跌。

部分投资可能不会轻易变现，可能在出售或变现投资时存在难度。同样，阁下获得有关投资的价值或风险的可靠信息也存在困难。本报告中包含或涉及的投资及服务可能未必适合阁下。如上所述，阁下须在做出任何投资决策之前，包括买卖本报告涉及的任何证券，寻求阁下相关投资顾问的意见。

中银国际证券股份有限公司及其附属及关联公司版权所有。保留一切权利。

中银国际证券股份有限公司

中国上海浦东
银城中路 200 号
中银大厦 39 楼
邮编 200121
电话: (8621) 6860 4866
传真: (8621) 5888 3554

相关关联机构:

中银国际证券有限公司

香港花园道一号
中银大厦二十楼
电话: (852) 3988 6333
致电香港免费电话:
中国网通 10 省市客户请拨打: 10800 8521065
中国电信 21 省市客户请拨打: 10800 1521065
新加坡客户请拨打: 800 852 3392
传真: (852) 2147 9513

中银国际控股有限公司北京代表处

中国北京市西城区
西单北大街 110 号 8 层
邮编: 100032
电话: (8610) 8326 2000
传真: (8610) 8326 2291

中银国际(英国)有限公司

2/F, 1 Lothbury
London EC2R 7DB
United Kingdom
电话: (4420) 3651 8888
传真: (4420) 3651 8877

中银国际(美国)有限公司

美国纽约市美国大道 1045 号
7 Bryant Park 15 楼
NY 10018
电话: (1) 212 259 0888
传真: (1) 212 259 0889

中银国际(新加坡)有限公司

注册编号 199303046Z
新加坡百得利路四号
中国银行大厦四楼(049908)
电话: (65) 6692 6829 / 6534 5587
传真: (65) 6534 3996 / 6532 3371