



■ 一周头条

黄金周国内游收入5836亿元。8天“超级假日”圆满结束，据国家旅游局数据中心10月8日综合测算，本次假日期间，全国共接待国内游客7.05亿人次，实现国内旅游收入5836亿元，按可比口径前7天与2017年同比计算，分别增长11.9%和13.9%。另据商务部监测，10月1日至8日，全国零售和餐饮企业实现销售额约1.5万亿元，日均销售额比去年“十一”黄金周增长10.3%。

今年“十一”黄金周期间，以“旅游+”融合发展方式打造的旅游小镇、旅游度假区、旅游综合体、特色旅游产品等成为假日亮点。“超级假日”旅游和消费火爆的情形反映出，休闲消费正成为我国消费升级的新动力。

国家旅游局表示，假日期间，大众旅游需求旺盛，各地旅游接待人次、实现旅游收入较去年同期均有增长。一方面热点省份、热点城市旅游持续火爆。比如辽宁省共接待游客4544万人次，同比增长9.3%；实现旅游收入259.44亿元，同比增长9.7%。另一方面，新兴旅游目的地和地区快速增长。内蒙古自治区共接待游客1062.18万人次，同比增长24.49%；实现旅游收入83.33亿元，同比增长38.3%。

出境游方面，国家旅游局表示，**出境旅游市场基本保持稳定，团队游客比例持续下降，自助游客比例持续上升，短线游比例下降，长线游比例上升，部分游客利用带薪年假拼假出行，越来越多的出境游客不再热衷于“买买买”的购物游，而是追求深度体验。**国家旅游局出境团队游系统及网络大数据显示，预计假日期间出境游客数将超过600万人次，其中团队游客64.19万人次。

■ 行业信息

1. “十一”假期安徽旅游入账206亿。“十一”黄金周期间，据统计测算，我省共接待游客5084.29万人次，实现旅游收入206.37亿元。

受假期前半段持续阴雨天气影响，部分景区游客量相对于去年同期下降。山岳景区接待量和门票收入有所下降，而乡村旅游呈现火爆现象，休闲娱乐、农家体验等特色旅游成为游客重要选择。假日前四天共接待游客2448.2万人次，同比增长7.75%；实现旅游收入104.43亿元，同比增长9.65%。游客出行呈现自驾游、家庭游、休闲游持续火热，中远程和周边短途客流叠加出行趋势，“皖南川藏线”等中短途旅游线路受到广大游客的欢迎。

全省活动丰富精彩，黄山市“黎阳仗鼓”、池州市“九华礼佛——地藏圣像祈愿之旅”、地方戏曲演出、民间艺术表演、皖北人游皖北等活动吸引着众多市民和游客驻足体验。滑草竞速、瓜果采摘、花木展览、特色表演等特色项目受到游客青睐。

另外，今年“十一”黄金周，合肥市旅游总体良好，呈现稳步增长态势。环巢湖旅游依然火爆。



全市主要景区、景点和农家乐以及各类旅游接待场所共接待游客1372万人次，同比增长6.6%；旅游综合收入15.26亿元，增长7.4%。

2. 首季“世界青年趴”在皖南举行，百名留学生共享景区新玩法。来自世界30多个国家和地区的96名年轻人走进皖南的朱旺风景区，开启了一场独到有趣的周末旅行派对。

首届“世界青年趴”由三个创意部分组成，即“朱旺欢乐彩虹跑”、“世界青年之夜Party”和“去休宁，看大熊猫，游中国状元博物馆”。活动以快乐、轻松、有趣、社交为特色，旨在呼吁全世界的年轻人利用周末走出城市、释放压力、找到快乐。

朱旺风景区是朱熹后裔的居住地，始建于1300多年前的古村落，也是旌德县五大文明古村之一。景区具有深厚的文化底蕴，悠久的人文历史，独特的建筑景观。此次活动的举办给景区带来了很大的意义，也进一步推进了我们景区迈向旅游国际化的进程。

3. 90后成假期出游主力军，出行对社交媒体依赖高。中国13.8亿总人口中，“90后”占比12.4%。作为旅游新生代的“90后”，在出行过程中对社交媒体的依赖程度极高。今年国庆超级假期，许多“90后”选择拼假旅游，在选择出游目的地、出游方式以及制定出行攻略的过程中，社交媒体为其提供了丰富的信息资源和沟通渠道。

不同于上一辈人所热衷的组团观光游，“90后”的年轻人更偏向于选择可以自己制定旅游计划的自由行、深度游。数据显示，国庆、中秋出境游客中，23至34岁的消费者占比达到了50.9%，以自由行或者半自由行居多。对于大多数“90后”来说，旅行不仅仅是一次简单的出行，更是提升自我、了解世界的重要方式。他们往往提前数月便开始从微博、微信等社交媒体上收集资料，为出游做准备，每一步都选择亲力亲为。

比起大都市，“90后”年轻人更偏爱具有自然风光和特色文化底蕴的旅行目的地。如今年国庆假期，不少“90后”便纷纷选择一些较为冷门的小众景点，从而更好地体验假期，放松身心。在旅游行为中，拍照和在社交媒体中分享成为“90后”旅途中的主流行为，占比很高，这与“90后”“晒”的生活方式和旅游习惯有关。

4. 肥西三河古镇国庆游客首次突破30万人次。今年黄金周期间，肥西三河古镇景区共计接待游客量30.5万人次，同比增长23.98%。景区实现门票收入39.5万元，同比增长26.2%，整个小长假期间，三河古镇景区正常运营，便利的交通使得自驾游成为游客旅游三河的主要方式，游客多以家庭出游的散客为主。

优美的环境为三河古镇景区带来了旺盛的人气。节日期间，景区民俗活动丰富多彩，开展了以庐剧为主的民俗活动，吸引了大量游客驻足观赏；景区内的老街店铺林立，羽毛扇、米饺、茶干、手工艺品等特色商品琳琅满目，茶馆、酒吧、饭店均满座满席，老街上人头攒动，摩肩接踵。

5. 黄山风景区荣登“最美中国榜”。日前，由新华网主办的第五届旅游业融合与创新论坛举行，



来自全国各地旅游主管部门和旅游目的地城市、景区、旅游企业、学术咨询机构等350余名嘉宾围绕旅游业“新格局、新业态、新品质”进行深入探讨，同时发布2017“最美中国榜”，黄山风景区登榜“最美中国·目的地景区”。

据了解，“最美中国榜”每年发布一次，享有旅游业“奥斯卡”美誉。2017年“最美中国榜”针对全国1800多家旅游目的地城市与景区，由“2017最美旅游胜地、最具影响力特色节庆、首批中国旅游业最具影响力匠心企业”3部分组成。

6. 保监会批复同意中国人民养老保险有限责任公司开业。10月10日，保监会网站公布关于中国人民养老保险有限责任公司开业的批复，同意中国人民养老保险有限责任公司开业，注册地为雄安新区。

据悉，中国人民养老保险有限责任公司注册资本为人民币40亿元，法定代表人为唐志刚，公司住所为河北省保定市雄县温泉路73号；营业场所为北京市西城区西长安街88号。公司业务范围：团体养老保险及年金业务、个人养老保险及年金业务、短期健康保险业务、意外伤害保险业务、上述业务的再保险业务；国家法律、法规允许的保险资金运用业务；经中国保监会批准的其他业务。

7. 合肥文博会首设非遗和美食馆。第十一届合肥文博会将于10月27日在合肥滨湖国际会展中心举行，持续到10月30日。

今年展会将玩转“创意”，市民来现场可体验最新的文化科技大餐，现场设有文化创意产品展、文化科技展、创客空间站等展区，其中文化创意产品展由安徽、重庆、广西、吉林等几家省市自治区的博物馆联手打造。更多的“国际货”也将亮相合肥，今年在一带一路展区中，首次邀请俄罗斯、波兰、新加坡等国家前来参展。全国工艺美术精品展区将邀请国家级、省级工艺美术大师参展，市民不妨来感受当前高端的工艺美术精品。

值得一提的是，本次文博会将结合特色文化街区的评选，将首批特色文化街区搬至现场，同时结合旅游线路的推广，让市民“一站式”玩转合肥的特色文化街区。非物质文化遗产展和美食展也首次在独立展馆设展。

8. 《新闻联播》点赞浙江养老。近日，新闻联播播出题为《浙江：社会养老，养得起又要养得好》的报道，为浙江养老服务领跑全国点赞。报道认为，浙江省通过政策扶持，鼓励社会力量进入养老服务领域，提升养老服务质量。

从2014年开始，浙江省通过资金补助、税收优惠、融资信贷等，引导社会资本进入养老行业，并向专业化发展。以杭州市江干区为例，借助新一轮民生保障政策修订为契机，进一步提高对养老项目的资金补贴标准。将综合性项目进行详细拆分，按居家养老服务照料中心、老年食堂、社会组织运营项目等内容分类纳入政府补助范围。

目前，浙江省的养老机构已有2000多家，其中民办的养老机构占一半以上；对于居家养老的



老人，也有3000多家服务照料中心，为他们提供服务。预计今年年底，浙江的居家养老服务照料中心将实现城乡全覆盖。

在杭州市江干区，“原居安养”模式已广受好评。以采荷街道为试点打造全国首个“医养护”一体化惠老服务特色街区，集结省民政康复医院、社区卫生院、滨江老人公寓等专业养老医疗资源，共同提供“无偿+低偿”、“短期+长期”、“全托+半托”、“治病+健身”阶梯式综合养老服务，成为社会化养老服务的典型案例。

■ 专题报告——十一黄金周：半个中国“在路上”

日前，国内一站式高品质旅游生活服务平台盈科旅游发布了《十一黄金周中国旅游市场出游报告》。据统计，本次黄金周假日期间，全国共接待国内游客7.05亿人次，相当于一半中国人将以旅行的方式度长假。8天时间里，全国实现旅游收入约5836亿元，平均每人花费828元。伴随中国游客“走出去”的步伐，中国作为全球第一大出境旅游消费国的影响力进一步显现，全国600万游客奔赴全球88个国家和地区，中国人的长假正日益演变成“世界的黄金周”。

今年国庆长假恰逢中秋佳节，选择在出游旅途中过中秋、赏月成为今年国庆长假出行的新亮点。全国大多数二三线城市的旅游消费人均支出增幅远高于一线城市以及部分重点二线城市，成为黄金周出境游市场新的增长动力。

一、黄金周旅游需求大爆发，全家游成主流方式

从1999年10月以来，国家开始实施黄金周制度，集中休息的假日制度改变着国人的生活方式，进入到旅游消费大爆发的时代。而2008年取消“五一”黄金周以后，“十一”黄金周更成为最受青睐的旅游时间节点。

从出游时间来看，黄金周前四日为密集出游时间段，10月1日至4日全国接待的游客人次累计4.61亿人次，占整个黄金周游客总人次的65%。而从10月5日开始，游客人次下降明显。从10月7日开始，中远程游客开始返程，旅游市场平稳回落，但部分地区仍保持较高热度。在出游天数选择上，4至5天的国内长线 and 出境短线游行程成为人们的主流选择，出游人次占比超过六成；还有近三成游客选择6-8天的国内及出境长线游深度玩法。

报告显示，在出游人群方面，80、90后等青壮年人群成为十一黄金周出游主力军，占比达到五成以上；女性游客人数远超男性游客，占比达60%以上；而40%以上出游人群以家庭为单位，全家出游成为今年国庆长假的主流方式。

二、居民消费升级换代 旅游多元化成为消费趋势

大众旅游时代，呼唤旅游消费升级换代，旅游消费结构朝着个性化、品质化的方向升级。在十一黄金周这个盛大的旅游消费盛宴里，在线预订住宿、餐饮、景点门票，出行无需排队取票，互联



网与传统行业碰撞让购物、出行、旅游更轻松便捷，而“吃住行游购娱”等业态无不反映出居民消费升级之势。

随着中国旅游市场“蛋糕”不断增大，旅游多元化也成为旅游消费的一个趋势。游客们告别“走马观花”式的观光旅游，更加注重体验式、参与式的旅游，追求个性化、品质化的产品。各类具有鲜明特色的旅游产品不断出现，以迎合市场需求。中长途自驾游、深度游、定制游引领国庆黄金周出行热点；注重体验和休闲的体育健身游、科技游、康养游、美食游以及乡村农事活动等，受到越来越多游客青睐。

报告显示，当前我国的旅游结构中，非景点旅游占比约80%；游客普遍更愿意入住民宿等特色酒店，对当地生活进行深度体验，住宾馆饭店的游客比重越来越少；黄金周期间选择自己组织出游的受访者占总受访人数的54.3%；自然风景、主题公园、名胜古迹等是自由行游客最感兴趣的目的地。

三、国内、出境游双双火爆中国长假成为“全球黄金周”

今年国庆黄金周期间，国内游、境外游双双爆发。据国家旅游局数据中心信息显示，2017年国庆、中秋8天假日期间，全国共接待国内游客7.05亿人次，实现国内旅游收入5836亿元，按可比口径前7天与2016年同比计算，分别增长11.9%和13.9%。

盈科旅游平台监测数据显示，十一黄金周期间，国内游十大热门目的地依次为：丽江、成都、北京、厦门、上海、广州、乌鲁木齐、额济纳旗、三亚、青海。

伴随中国游客“走出去”的步伐，中国作为全球第一大出境旅游消费国的影响力进一步显现。许多国家和地区纷纷推出特色产品和优惠措施，以及各项便利中国游客的服务措施，以分享更多的假日红利。国庆长假期间，国内共有大约600万出境游客奔赴全球88个国家和地区、1155个境外城市，中国人的长假正日益演变成“世界的黄金周”。

2017十一黄金周人气排名前二十的出境游国家（地区）依次是：泰国、日本、新加坡、越南、美国、中国香港、马来西亚、中国台湾、印度尼西亚、菲律宾、俄罗斯、澳大利亚、柬埔寨、加拿大、意大利、马尔代夫、德国、英国、阿联酋、斯里兰卡。