

# “五一”文旅消费释放强劲动能， 四大特征勾勒市场新图景

随着“五一”假期落下帷幕，各大旅游平台陆续发布的消费报告勾勒出文旅市场的火热图景：国内旅游人次和消费规模创三年同期新高，县域游、品质住宿、自驾游、跨境游成为拉动市场的四大引擎，折射出消费升级趋势下文旅需求的结构性变化。

## 县域游逆袭成“顶流”：小城崛起改写旅游版图

当热门城市迎来客流高峰，越来越多游客选择“反向而行”，将目光投向藏于山水之间的宝藏县城。美团数据显示，五一期间县城高星级酒店预订量同比增长超80%，浙江桐庐、安徽怀宁、湖南新化等兼具自然景观与文化底韵的县域，成为一线城市居民追寻“松弛感”的首选地。去哪儿平台搜索热词中，“反向”“人少”“冷门”稳居前列，县城酒店预订量同比增长30%，超六成订单来自一线及新一线城市。

据交通网络的数据统计，县域游按下“加速键”。随着高铁、高速公路向低线城市延伸，三四线城市游客渗透率显著提升：途牛数据显示，六盘水、葫芦岛、漳州等客源地出游人次同比增幅均超70%，大同、营口等地用户出游热情高涨。值得关注的是，三线及以下城市居民首次购买机票的比例同比增长30%，19-22岁大学生与60岁以上老年群体成为县域游新主力，前者偏爱“青春毕业游”，后者钟情“慢

节奏康养游”。

“县域游的火爆不仅是客流转移，更是消费理念的转变。”携程研究院分析师指出，县城正从“过境地”升级为“目的地”，其核心竞争力在于“小而美”的沉浸式体验——浙江云和梯田的农耕文化节、安徽凤台的淮河非遗展演、江西婺源的乡村市集，让游客在“望得见山、看得见水”的同时，深度触摸地域文化肌理。



▲烟火气+文艺范，台州这些非遗生活美学馆“美出圈” 供图：台州文旅

## 品质消费升温，高星级酒店成出行“刚需”

与以往追求性价比不同，今年五一游客更愿为“品质感”买单，高星级酒店预订热度全面超越经济型酒店。同程旅行数据显示，四星级酒店预订量同比增长54%，五星级酒店增长28%，均高于低星级酒店24%的增幅；去哪儿平台三线及以下城市居民高星级酒店预订增幅达50%，江苏、浙江小城居民消费升级意愿尤为突出。

品质需求还催生了“住宿即目的地”的新趋势。飞猪平台上，含高星级酒店的周边游套餐预订量呈三位数增长，上海佘山深坑酒店、杭州西子湖四季酒店等兼具地理标识与服务体验的高端酒店，成为家庭游、情侣游的首选。定制游市场同步爆发，5-10人小包团预订量同比激增超80%，北京胡同深度游、西藏神山圣湖定制线等产品供不应求，折射出游客对“去标准化”体验的追求。

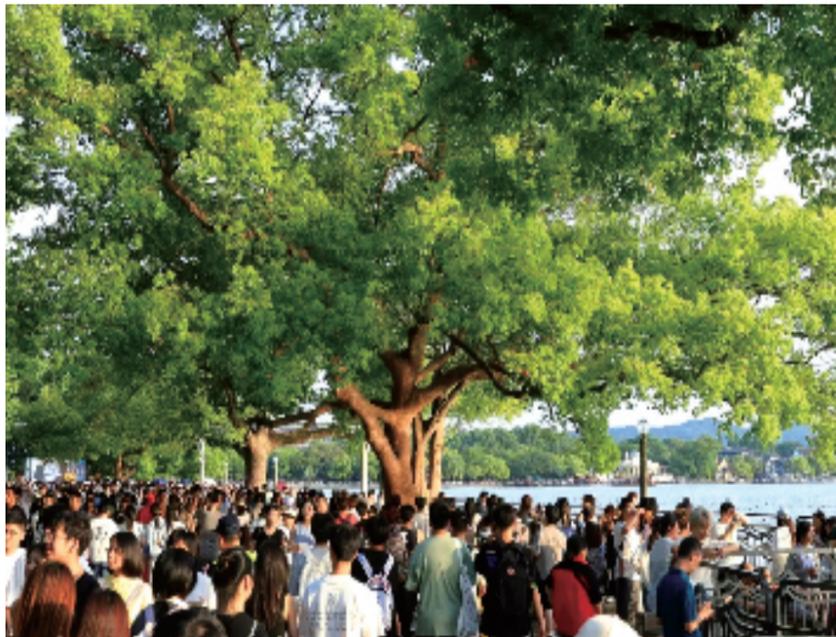
“消费逻辑从‘有没有’到‘好不好’，本质是文旅需求从观光型向度假型的升级。”中国旅游研究院专家分析，高星级酒店的火爆并非单纯价格敏感型消费，而是游客对住宿环境、服务品质、在地体验的综合考量。例如，广东开平碉楼景区的文化主题民宿，将非遗体验、在地美食融入住宿服务，客房入住率较普通民宿高出40%。

公路网络的完善与消费升级，推动

自驾游呈现“量质齐升”态势。携程数据显示，全国人均租车消费同比增长24%，平均租车时长延长至4天，异地自驾订单占比达85%，80后、90后群体贡献76%的订单量。飞猪平台上，云南普洱、浙江金华等地租车预订量同比翻倍，超大城市周1-2小时车程的“微度假”目的地在假期中段热度飙升。

自驾路线偏好显现鲜明地域特色：西南地区“贵州环线自驾”热度涨幅达233%，318川藏线环比上涨125%；东部沿海的山东半岛环岛游、浙江沿海高速风景线成为热门；西北的青甘大环线、新疆独库公路等长线自驾备受资深玩家青睐。马蜂窝数据显示，超60%游客在自驾中主动探索小众景点，“顺路打卡”博物馆、乡村咖啡馆等新业态，形成“主目的地+N个微场景”的复合体验。

值得注意的是，新能源汽车在自驾游中的渗透率快速提升。美团数据显示，五一期间新能源租车订单占比达35%，充电桩搜索量同比增长120%，浙江、江苏等地已实现高速公路服务区充电桩全覆盖，打消了游客“续航焦虑”。“自驾不仅是交通方式，更是一种生活态度。”一位自驾川藏线的游客表示，灵活的行程安排、自由的探索空间，让旅途本身成为旅行的重要组成部分。



▲浙江省杭州，五一劳动节期间，杭州西湖景区吸引了众多全国各地的游客 图源：杭州文广旅

## 跨境游双向复苏，文化体验驱动深度交流

本次假期成为跨境游复苏的“试金石”，出入境市场呈现双向增长态势。携程数据显示，入境游订单量同比激增130%，上海、深圳、义乌位列热门目的地前三，其中义乌入境游订单增长60%，“老外拖行李箱采购”成为社交平台热梗。境外游客消费需求从观光转向深度体验，“当地美食体验”类订单量同比增长6.8倍，成都川菜工坊、广州早茶品鉴等沉浸式活动备受青睐。

出境游市场同步回暖，订单量同比增长20%，日本、韩国、泰国居热门目的地前三。途牛数据显示，跟团游与自由行人次分别增长为18%、23%，“一地深度游”取代“多国联游”成为主流，游客平均在单一目的地停留天数增加1.5天。服务升级成为出境游新卖点：中文导游、合规用车、24小时管家服务等配套产品预订量增长30%，亲子研学、医疗旅游、高尔夫度假等细分品类增速超50%。

政策红利持续释放助推跨境游升温：中国对6国实施免签政策、离境退税覆盖更多城市，叠加新航季国际航班加密，形成“政策+市场”双轮驱动。从客群结构看，美国、韩国、日本稳居入境客源前三，澳大利亚游客量增幅达1.5倍；出境游中，“Z世代”游客占比提升至45%，更倾向通过社交媒体分享海外见闻，带动“打卡式旅游”向“体验式传播”转变。



▲重庆渝中区，洪崖洞景区车水马龙，聚集大量游客 图源：视觉中国

## 四大特征背后，从“规模扩张”到“价值深耕”

“本次假期，文旅消费从‘有没有’到‘好不好’的系统性升级。”中国旅游协会副会长陈妙林表示，县域游的火爆反映了城乡文旅资源的再平衡，高星级酒店与定制游的增长印证品质消费崛起，自驾游与跨境游的趋势则彰显技术进步与开放政策的双重效应。

当前，各地正加速布局“文旅+”新场景：音乐节、非遗市集、国潮展览等沉浸式活动成为引流利器，美团数据显示，假期全国举办各类文旅节庆活动超

2万场，拉动餐饮、零售消费增长超40%。“未来竞争将聚焦于‘差异化供给’与‘精细化服务’。”该专家建议，景区与城市需深挖在地文化基因，打造“不可复制”的体验场景，同时借助数字化手段优化服务链条，让游客“愿意来、留得住、还回来”。

随着暑期档临近，文旅市场有望延续火热态势。当“诗与远方”回归日常，这场始于五一的消费热潮，正为全年文旅产业高质量发展写下生动注脚。

(本文数据来源：浙江省文化和旅游厅、钱江晚报、人民网浙江频道等)