

消费潜力持续释放 短途出行热度高

中秋节假期，“团圆经济”增添消费新亮点。多方数据显示，2024年中秋节假期，出行、电影、餐饮等多个消费领域呈现蓬勃发展态势，消费潜力持续释放。

周边游主导中秋旅游市场

飞猪9月17日发布数据显示，2024年中秋节假期旅游预订总量较元旦、清明、端午节假期均显著增长，达到年内三天假期的最高值。其中，境内游人均预订量较端午节假期增长5%。

中秋节假期，短途出行备受青睐。途牛发布数据显示，周边游主导中秋旅游市场，出游人次占比接近50%，民俗体验、夜游古镇、博物馆游学、国风游园会等传统文化体验活动成为新风尚。去哪儿数据显示，中秋探亲旅客占比增长最明显，更多“打工人”选择回乡探亲，或是短途周边游。京津冀2小时高铁圈、江浙沪2小时高铁圈、广深2小时高铁圈、成渝2小时高铁圈、武汉至长沙2小时高铁圈旅客流动更频繁。

铁路、航空等出行数据也反映出今年中秋节假期出行消费活跃。据中国国家铁路集团有限公司发布的数据，为期5天的铁路中秋小长假(9月14日至18日)期

间，全国铁路预计发送旅客7400万人次，日均发送旅客1480万人次，9月15日为客流最高峰日，预计发送旅客约1680万人次。

航空出行方面，航旅纵横大数据显示，9月15日、9月16日国内航线计划执行航班量近2.8万班次，国内航线民航旅客运输量预计超350万人次。

餐饮消费添人气

家人团聚，少不了出门聚餐。最近一周，美团平台上“中秋餐厅”搜索量环比增长433%，中秋主题团购套餐订单量环比增长超76%。

“还是低估了大家对中秋聚餐的热情，中秋节当天中午11点我们到达餐厅，本来以为时间还早，结果发现餐厅里已经大排长龙，最后等了一个半小时才落座就餐。”家住北京的苏先生告诉记者。

“中秋节假期，每天都有五、六万元的业绩，比平日高出近三分之一，平均等位时间在两个小时左右，平均翻台六到七次。”北京市西城区西单大悦城山野板扎负责人顾闯告诉记者。

中国食品产业研究院高级研究员朱丹蓬表示，今年的双节假期，餐饮市场将迎来新一轮消费高峰，团圆宴、婚宴等需求较大，行业有望

实现进一步增长和发展。

酒水、营养保健等中秋节热门商品消费也大幅增长。唯品会数据显示，近一周，相比去年同期，多个白酒品牌销量上涨，茅台、习酒、汾酒等销量同比增长超40%。营养保健品中，维生素、钙片、益生菌等销量居于前列。

电影市场迎热潮

随着中秋节的到来，电影市场也再次迎来一波观影热潮。

数据显示，在这个“史上最挤”中秋档中，共有21部影片上映，其中17部为新片，涵盖了剧情、喜剧、犯罪、家庭、悬疑、灾难、惊悚、动画等多种类型，其中《野孩子》以1亿元票房断层式领跑。猫眼专业版数据显示，截至9月17日11时44分，2024年中秋档档期总票房破3亿元。

展望未来，多家券商认为，随着国庆档期陆续定档，以及观众观影热情的逐步回升，预计电影票房将呈现回升趋势。“目前储备影片题材和风格多样，涵盖动作、喜剧、动画、战争等丰富类型，为观众提供多样化选择。展望后续，预计随着观影需求进一步恢复，电影票房有望持续增长。”长江证券发布的研究报告写道。 新华社

2024年中秋节假期 国内出游1.07亿人次



9月16日晚，在四川省宜宾市翠屏区李庄古镇，游客乘“玉兔船”泛舟慢游。

9月18日，文化和旅游部发布数据显示，2024年中秋节假期，全国文化和旅游市场总体平

稳有序，全国国内出游1.07亿人次，按可比口径较2019年同期增长6.3%；国内游客出游总花费510.47亿元，较2019年同期增长8.0%。

新华社发

铁路中秋小长假运输期间 共发送旅客超7000万人次

新华社北京9月19日电 记者19日从中国国家铁路集团有限公司获悉，自9月14日至9月18日铁路中秋小长假运输期间，全国铁路累计发送旅客7092.1万人次，日均发送旅客1418.4万人次，同比2019年增长18.9%。

国铁集团客运部负责人介绍，今年铁路中秋小长假运输期间，各地旅游流、探亲流、学生流交织叠加。其中9月15日是客流最高峰，单日发送旅客达1709万人次。

各地铁路部门优化旅客列车开行方案，强化路地联动，落实便民利民惠民举措，努力提升

旅客美好出行体验。国铁兰州局集团公司兰州、白银南等车站设置党员服务岗和亲情服务窗口，为错过列车的旅客解读退票改签规则，提供线路规划和解答问询等服务；国铁成都局集团公司与南方电网贵阳供电局紧密联动，对管内贵阳站、贵阳东站、贵阳北站等三大车站及沪昆高铁、贵南高铁等铁路沿线供电设施进行安全检查，确保出行用电安全无忧；国铁南昌局集团公司厦门北站加强与地方交通部门对接，在车站设立出租车和网约车专属上车点，助力旅客畅通出行“最后一公里”。

2024年全国国庆文化和旅游消费月期间 举办超3600项文旅消费活动

新华社西安9月19日电 2024年全国国庆文化和旅游消费月主场活动19日在陕西渭南举行。记者了解到，消费月期间，各地将围绕壮美山河、历史文化、红色旅游、大国重器、时代风采等，举办超3600项约2.4万场次文旅消费活动。

为进一步促进文化和旅游消费，丰富人民群众国庆假期文旅生活，文化和旅游部产业发展司举办2024年全国国庆文化和旅游消费月，围绕“欢度国庆佳节，畅游锦绣山河”主题，组织各地推出系列文旅促消费活动及惠民措施。

主场活动聚焦营造喜迎国庆氛围、激发文化和旅游消费潜力，多方联动推出形式多样、内容丰富的消费促进活动和惠民措施。中国演出行业协会发布“跟着演出去旅行”文旅产品及优惠措施，中国商业联合会发布文商旅融合促消费系列活动。泰山、华山、衡山、恒山、嵩山等五岳管理机构集体发布“登五岳 迎国庆”文旅惠民活动安排。

主场活动期间，中国非物质文化遗产保护协会同步举办了“鼓舞中华、九州同庆”2024国庆非遗大集。

民族风情 文旅盛宴



日前，在国家会展中心(天津)，身着畲族特色服饰的演员在福建展台表演。

连日来，在天津举办的2024年中国文化旅游产业博览会上，福建、广西、内蒙古等省区的展台结合本地特色民俗文化，开展民族风情表演、特产展销，吸引了众多参观者驻足游览。

新华社发

埃及旅游部长：

希望与中国加强旅游和考古合作

埃及旅游和文物部长谢里夫·法特希日前在首都开罗举行记者见面会时表示，希望与中国在旅游和考古方面进一步加强合作。

法特希对新华社记者说：“埃中关系非常牢固，在两国元首互访和开展广泛且富有成效的合作之后，双边

关系蓬勃发展。”

法特希高度评价正在中国举办的“金字塔之巅：古埃及文明大展”和中埃卢克索孟图神庙联合考古项目，并期待埃及与同样拥有悠久历史和灿烂文明的中国扩大文化交流和考古合作。

法特希还表示，目前埃及

每年能吸引约20万中国游客赴埃旅游，埃及将采取措施努力增加中国游客人数。除参加在中国举办的旅游展会外，埃及旅游部门还将加强与中旅游运营商的合作，通过举办会议、对话和研讨会等方式探讨更多促进埃中旅游业合作发展的策略。 新华社电