

假日消费：“新”聚流 “深”留客 “券”促转

◎记者 宋薇萍 伊妹儿

网红打卡退潮，“原生旅游”崛起，“学艺式旅行”走热，首店首展火了，年轻人把古迹和博物馆当作目的地……国庆假期，一幅以新供给创造新需求、以“深体验”替代“浅打卡”的文旅消费新图景徐徐展开。

复旦大学消费市场大数据实验室主任张伊娜对上海证券报记者表示，从上海到全国，国庆假期消费市场平稳有序，呈现出鲜明特征：首发经济以“新”聚流，体验经济以“深”留客，政策工具以“券”促转。

首发经济点燃实体商业

国家税务总局利用增值税发票数据，对国庆假期相关消费行业销售收入情况进行分析。结果显示：国庆假期，全国服务消费旺盛，相关行业日均销售收入同比增长19.5%。部分商品消费态势良好，家用电器、数码电子、厨卫等销售增幅较高。

其中，旅游消费活力迸发，住宿服务类型更加多元。国庆假期，旅游消费市场热度持续高涨，旅游游览和娱乐服务销售收入同比增长23.6%，其中旅行社服务、游乐园同比分别增长26.2%和41.2%。在旅游消费的带动下，多元化住宿需求释放，经济型连锁酒店、民宿服务同比分别增长6.3%和12.8%。

国庆假期，上海把首发经济玩出了新高度。一批全球首店、首展、首秀集中亮相，成为拉动消费的全新引擎：南京西路上演“四首联弹”——新南西国际科技文化风尚周、京东101HOME首店、ALO境内首家线下体验空间、NikeSKIMS中国首站集中亮相。青浦百联奥莱二期项目落地27家全球、全国及上海奥莱首店，将首店经济从一期的单一餐饮品类拓展至全业态覆盖，10月1日销售额同比增长14.7%，客流同比增长36.2%。

节日效应叠加各地促消费活动，地方消费潜力被充分挖掘。记者从上海市商务委获悉，9月30日至10月6日，上海线上线下消费金额为762.4亿元，同比增长9.9%。其中线下消费400.4亿元，同比增长15.1%，增速显著高于线上（同比增长4.7%），显示实体商业在节庆叠加首发经济带动下强势复苏。

据上海市文化和旅游局统计，10月1日至7日，上海共接待游客2020.54万人次，全要素旅游交易总金额为298.22亿元，同比分别增长13.25%和3.52%。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。

消费券成为撬动假日消费的重要杠杆。以上海为例，国庆假期，上海16个区全域发放各类消费券，带动销售额25.07亿元。

个性化旅游、原生旅游崛起

今年中秋与国庆假期仅隔3个工作日，“请3休13”的“拼假”方案走红，13天假期让长线游成为出行一大亮点。交通运输部数据显示，2026年国庆假期（10月1日至7日），全社会跨区域人员流动量21.42亿人次，日均3.06亿人次，比2025年中秋国庆假期日均增长0.6%。

“游客出行偏好由‘从众旅游’向‘个性化旅游’转变，是今年双节旅游的一大特色。”北京第二外国语学院中国文化和旅游产业研究院教授吴丽云对记者表示。

各旅游平台的数据佐证了这一判断。根据携程报告，国庆假期，国内度假游客中8天及以上行程占比由2024年的不足6%升至今年的超过10%，出境度假游客中这一比例由约29%升至约42%。国内游平均单程距离增至约560公里。

春秋旅游平台数据显示，超长假期带动长线旅游预订显著增长，节奏明显快于去年同期。出境游方面，销售节奏明显快于去年，跨洋长线成为最大亮点。

和出行结构同步变化的还有消费结构。游客出行需求总量增加，单日订单高峰却下降。携程数据显示，今年假期内（含请假段）国内游峰值日订单量约为日均的1.75倍，低于2024年的2.0倍和2025年的2.4倍。消费内容从“打卡”走向“体验”，20岁至25岁游客的文化景区订单占比由约41%升至约48%，名胜古迹、博物馆类景区订单均增长约七成。

飞猪数据显示，“原生旅游”接棒“反向旅游”，国庆假期古村类商品预订用户数同比增长超过90%，非遗手作体验及参观类商品预订量同比翻倍。

美团、大众点评数据显示，三线及以下城市玩乐地点访问量较节前增长258%，增速约为一、二线城市的1.9倍。

“超长假期赋予了旅行深度化和休闲化的双重可能。时间够长，人就走得更远；需求分散，消费就流向更分散的终端，这对扩大内需、促进区域协调发展具有积极的经济学意义。”中国社会科学院财经战略研究院教授、研究员魏翔对记者表示。

“文旅+赛事”联动 “票根经济”成新亮点

今年国庆假期，为期数天的小红书RED LAND开放世界冒险岛活动在上海复兴岛举行，15万平方米的实景展区内，20多万人次如潮水般登岛，全国各地的游戏、动漫爱好者在这里集聚。以票根联动区域150余家商户，“流量”成为“留量”。美团平台数据显示，10月1日至6日，杨浦区外来消费同比增长12.4%，接近上海市平均增速的3倍。

在北京，国庆假期两大顶级职业赛事——中国网球公开赛和WTT中国大满贯同时上演，同样带火消费。据统计，国庆假期，2026中国网球公开赛累计接待观众36.8万人次，同比增长25.62%，其中京外观众占比达59%；票房收入同比增长34.15%；赛期园区消费流水累计3840万元，同比增长45.73%。

国家税务总局表示，国庆假期，文化、体育、娱乐领域不断丰富新业态、新场景多样化供给，有效促进消费市场发展。多地举办演唱会、文化表演、民俗活动等，带动文化艺术服务销售收入同比增长20.9%。中国网球公开赛等赛事流量转化为消费增量，带动体育服务销售收入同比增长29.4%。

华南师范大学体育学院教授朱洪军认为，赛事经济真正的价值，不只是增加赛事本身的收入，更在于形成从“赛事本体经济”到“赛事平台经济”的价值延伸。



10月3日，演员在吴淞民俗村西青区杨柳青古镇和游人互动。 新华社图

沙漠不“荒” 资本不“漠”

◎记者 于瑶

国庆假期，宁夏、甘肃、内蒙古、新疆等地沙漠旅游人气爆棚。宁夏中卫沙坡头景区前三天接待游客超过8.7万人次，甘肃敦煌鸣沙山月牙泉再现“堵骆驼”，内蒙古阿拉善英雄会10月1日单日入园车辆5万多台。一条横跨西北的“沙漠文旅带”，正在加速成形。

目前，这条文旅带从传统观光转向“深度度假+沉浸体验”。高端沙漠度假酒店“一房难求”，星空观测、沙疗康养、沙漠咖啡师、旅拍等新玩法与新职业不断涌现。投资风向也随之变化：资本在涌向高端野奢与康养疗愈的同时，开始青睐小体量内容型项目，“沙漠美育”成为新的投资切入点。

大客流带来了热度，但如何让热度持续下去，把沙漠文旅的热度转化为可定价、可交易、可循环的合格资产，打通新型文旅资产的资本化路径，成为这条文旅带从版图走向产业的关键一跃。

产业变化：从“看”到“玩、住”

在宁夏中卫市由中旅国际投资建设的沙坡头传奇乐园，9月启幕了以人类登月探索为主线的大地艺术季，在沙漠中打造“地球启航、地月巡航、破空升空、月面着陆、月球驻留”五大沉浸式游览动线，将航天精神、科技人文与大漠风光相融，推动传统观光向可互动、可研学、可传播的沉浸式文旅新场景转变。

宁夏并非个例，新疆、甘肃、内蒙古等地也在推动沙漠旅游转型：从过去以滑沙、骑骆驼为主的短时观光，转向“深度度假+沉浸体验”模式，并向“过夜经济”和深度体验延伸。

内蒙古鄂尔多斯市响沙湾景区推出以“星际探索”和“科技”为主题的顺沙度假岛，游客领取“星际冒险计划”手册，可以参与沙漠动植物小课堂、VR星际漫游等互动体验。甘肃敦煌鸣沙山月牙泉景区，则打破传统地面游览的局限，推出直升机、滑翔机空中游览业务，以云端视角感受大漠的辽阔苍茫以及沙泉共生的美景。

在新疆喀纳斯地区麦盖提县，“N39°沙漠旅游景区”开发初、中、高三级越野路线，让不同年龄段的游客都能体验“沙漠冲浪”的乐趣，同时将研学课程与沙漠生态结合，开发沙漠植物认知、沙漠星空观测等项目。

沙漠“周边”正在成为省际流动中明显的流入方。今年暑假，内蒙古接待“停留过夜”游客占国内游客总量首次突破四成，深度体验沙漠星空等特色产品是主要驱动力。宁夏中卫市沙坡头依托腾格里沙漠建起的酒店集群——沙漠星星酒店、S帐篷营地、一叶星空帐篷营地等，旺季“一房难求”，冬季入住率也稳定在40%以上。

中卫市文化和旅游体育广电局相关负责人表示，沙漠文旅已经从“看沙”向“玩沙、住沙”转变，产品形态不断升级换代，体验内容也日趋多元化，正在快速聚拢年轻客流，旅游人数和收入实现快速增长。

投资版图：多点开花，集群成势

随着沙漠旅游热度上升，相关投资从“硬件建设”转向“内容运营和IP打造”，资金集中流向高端野奢住宿、康养疗愈和沉浸式体验项目。与此同时，行业也正在从“景区门票”模式转向“度假生活”模式，高端住宿、康养疗愈、研学航天成为当前最集中的投资赛道，项目布局从

“小散乱”走向集群化。

以宁夏中卫市为例，沙漠文旅投资目前正处在项目密集落地期，整体思路从“卖风景”转向“卖生活方式”，资金大量流向高端住宿、艺术体验和康养综合体。在腾格里沙漠边缘，一批新兴业态正在建设或已建成投运，梭梭酒店投资2亿元建设客房150间，主打沙漠旅居、沙疗康养；南岸生态康养旅居中心投资3亿元，定位“旅游+康养”，与沙坡头景区、黄河宿集形成产业集群；沙漠文旅综合体投资2亿元，以丝路商贸与古城幻境为主线，打造沉浸式夜游经济。

除了大型基建项目，“沙漠美育”正在成为新的投资切入点。漠里安沙漠美术馆、辰漠128等艺术化、网红化的小体量项目，填补沙漠艺术文旅业态空白，推动沙漠观光向艺术体验、潮流度假转型，而其凭借极高的网络传播量，吸引大量年轻客流。

在新疆、甘肃、内蒙古等地，沙漠文旅投资动作同样密集。

新疆交投旗下阿乌高速在今年6月第九届中国—亚欧博览会上发布了克拉美丽沙漠公园、吉力湖等项目招商清单，面向中亚文旅企业和社会资本发出合作邀约。甘肃张掖市临泽县金沙湾沙漠旅游度假区计划总投资5.3亿元，占地8045亩，一期投入7500万元已建成20座沙漠星空屋、滑沙场等设施。《内蒙古自治区“十五五”旅游发展规划》提出，将依托巴丹吉林沙漠、腾格里沙漠、乌兰布和沙漠、库布其沙漠等地的胡杨林、大戈壁等独特资源，开发沙漠越野、星空露营、沙漠旅拍等产品，打造品质沙漠休闲旅游目的地。

把门开大：沙漠文旅的资产化路径

能评估、能定价、能放款……在金融领域，沙漠文旅已经成为一门可持续运营的生意，针对沙漠酒店等新业态，从银行信贷到融资租赁，从地方专项债到企业自投，沙漠文旅的融资方式正在变得多样。

“我们成立专班，量身定制融资方案，并开通信贷绿色通道。”农行中卫分行相关负责人表示，针对星星酒店旺季前的资金压力，该行累计发放2.65亿元信贷资金，用于观星设备迭代、研学产品开发和旺季运营。

但“能贷款”和“能上市、能发REITs”之间，还隔着多道门槛。有业内人士分析认为，当前沙漠文旅投资虽然趋热，但无形资产“难定价”、现金流“不稳”、运营主体“不够强”等问题尚未有效解决，资本市场的大门对沙漠文旅产业来说还没有完全打开。总体来说，沙漠文旅的证券化、制度层面的“门”已经开了，但能走进这扇门的“合格资产”还在培育之中。

“我们开展了一些针对性培训，包括文旅企业A股IPO、全国首单文旅类REITs的实操路径等。”宁夏证监局相关负责人表示，宁夏本土文旅企业规模偏小、融资能力不足，需要从“不会用、不敢用”资本市场工具转变为“懂政策、会操作、善运用”。

对宁夏、新疆、甘肃、内蒙古这条逐渐成形的“沙漠文旅带”而言，“有产业方向、缺金融工具”的状态比较突出，产品端的投资已经跑在前面，资本端的账本刚刚翻开第一页。业内人士认为，还需要政策端在REITs发行、融资租赁、收益权打包等工具上给出更具体的操作指引，使“沙子”从体验产品变成可定价、可交易、可循环的合格资产，“打卡沙漠”的热度才能真正兑现为可持续的产业回报。



宁夏中卫市某沙漠景区

AI眼镜、折叠手机……智能电子消费热

◎记者 柴刘斌

国庆假期，智能电子产品迎来消费热潮。上海证券报记者调研发现：AI智能眼镜依托线上引流、线下门店体验模式销量大涨，不少门店推出“国补”叠加门店补贴吸引消费者，“人工智能+消费”新场景加速落地；折叠屏手机、影像创新旗舰手机集中上新热销，手机向折叠化、影像化、智能化加速迭代，激活大众换机需求。

线上种草线下体验，AI眼镜门店热

当前，AI+智能终端消费热度高涨，兼具拍摄、语音交互能力的AI眼镜尤为火爆。商务部商务大数据显示，10月1日至6日，重点平台具身智能机器人销售额同比增长1.3倍，智能眼镜销售额同比增长1倍。近日，记者采访了解到，线下体验门店陆续开业，为该行业持续注入新活力。

“门店每日可售出七八台，其中搭载显示屏幕的S1机型更受欢迎，消费者普遍看重AI翻译、会议记录、AR导航等实用功能。”上海千问AI眼镜门店工作人员表示，近期门店推出叠加优惠，“国补”搭配门店补贴后，S1机型到手价低至3200元。据悉，今年8月，千问AI眼镜与吴良材眼镜联合打造的旗舰店落地上海南京东路，旨在推动AI眼镜深度融入专业眼镜零售与服务场景，拉近消费者与AI智能穿戴产品的距离。

“AI眼镜这个品类，线上种草、线下体验，两条腿走路是必须的。”10月8日，雷鸟创新中国区渠道负责人宋宝建对记者表示：从数据来看，目前AI眼镜的消费线上是大头，占到60%至70%，天猫、京东、抖音等平台是主阵地；但线下渠道的增长非常快，已实现3倍以上的增长。国庆假期，雷鸟创新在深圳、成都等一线城市的专卖店刚刚开业，吸引了众多消费者前往打卡体验。

梳理可见，千问、雷鸟创新、Rokid、影目科技等智能眼镜品牌正加速布局线下渠道，相继进驻核心城市的京东之家、专业品牌眼镜店等连锁网点，拉近产品与消费者的距离。

手机形态迭代，催生新一轮购机潮

与此同时，手机作为消费电子主力品类，在内存等零部件涨价背景下，正朝着折叠化、影像化、智能化方向快速迭代，并催生出新一轮换机需求。

折叠屏手机成为手机行业核心增长引擎。自9月起，行业迎来新机集中发布期，华为、小米、苹果等品牌陆续推出折叠旗舰，三折叠、中折叠、阔折叠等创新产品集中亮相，多款机型售价突破万元。

记者在国庆假期走访了多家线下手机门店。在上海正大广场的小米之家，小米首款中折叠手机18 Fold陈列在门店“C位”。门店工作人员介绍，该款中折叠机型自9月发布以来受欢迎程度超过此前的折叠机型。小米手机官微9月23日透露，上述中折叠手机首销销量同比上代大折叠增长300%。华为新款三折叠手机同样热销，此前上海多家门店因货源紧张暂停预约。

影像升级成为手机市场另一大竞争赛道，各大品牌持续发力影像性能。近期，华为Mate90、iPhone18Pro、小米18Pro等直板旗舰广受市场青睐，其中iPhone18Pro支持8倍光学品质长焦功能，华为Mate90系列则大幅提升夜景人像拍摄表现。

上海浦东新区某商场内的荣耀门店，一台配备可收放机械云台摄像头的手机模型吸引不少顾客驻足，对应的新品荣耀RobotPhone成为热门体验机型。门店工作人员介绍：“这款产品相当于手机与手持摄影机二合一，非常适合旅行便携拍摄，不少前来咨询的消费者都打算节假日出游使用。”