

“穷游香港”与“citywalk”走红中国黄金周，折射旅游消费模式变化 | Whatsnew

疫后首个十一黄金周，“特种兵旅游”持续走红，除反映消费疲软外，亦体现旅行文化变迁。



2023年10月5日，十一黄金周期间，大量内地旅客在油蔴地警署拍照留念。摄：林振东/端传媒

特约撰稿人 皮诺

刊登于 2023-10-09

[#特种兵旅游](#) [#香港旅游](#) [#内地游客](#) [#青年](#) [#中国](#) [#陆客](#) [#旅游](#)

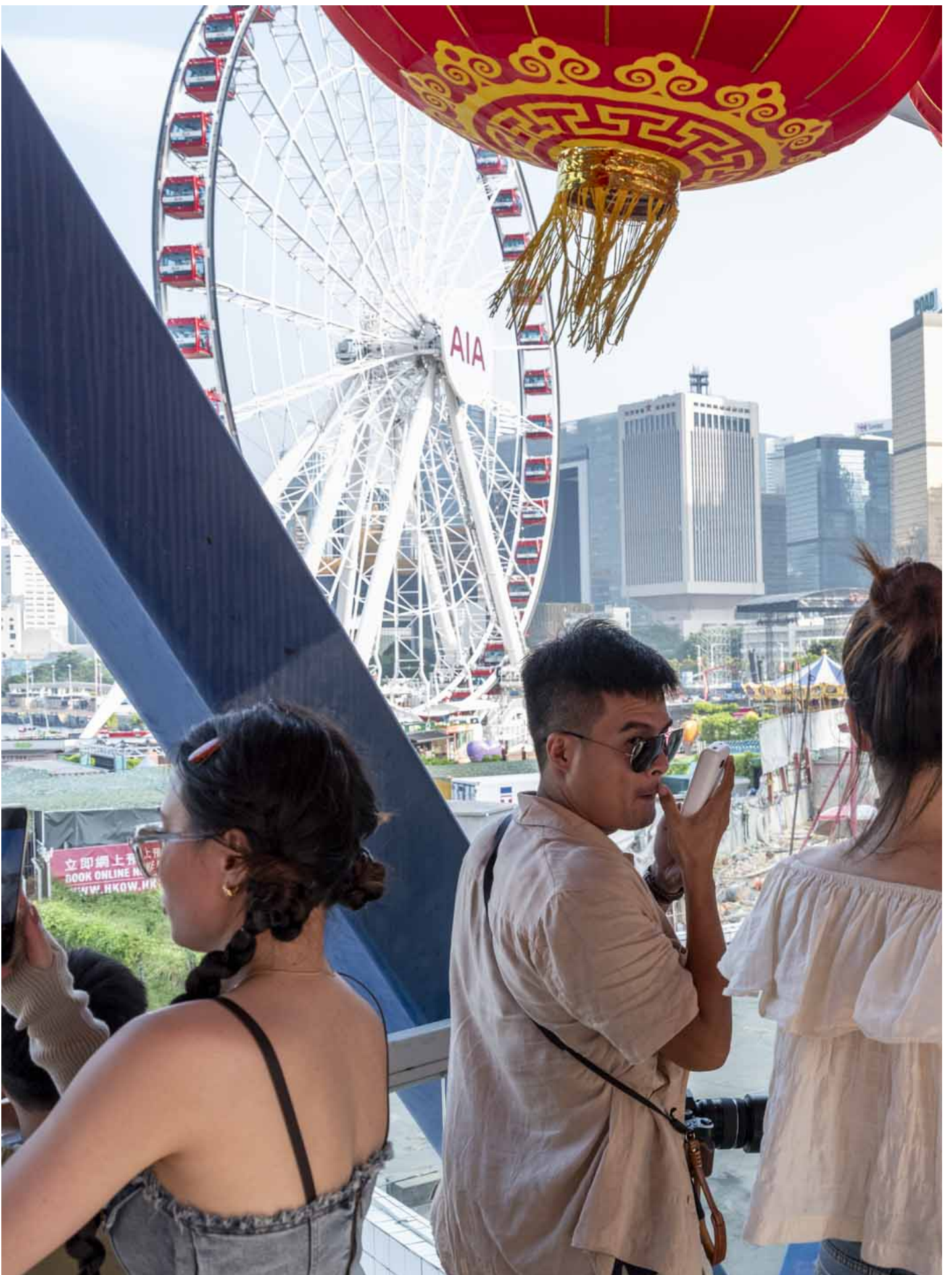


10月7日，中国大陆的“十一”黄金周长假落幕。由于中秋节与国庆节叠加，本次假期长达八天，比往年正常情况下多出一天，是今年最长及最后的公众长假期，自放假伊始便被视作评估后疫情时代中国经济冷暖的“晴雨表”。此次假期中，年轻一代少购物、多打卡、低消费的“特种兵旅游”也引起了更多人的关注。

首先感受到游客模式变化的是香港旅游业。在许多年轻人上载旅游心得的APP“小红书”上，有不少中国大陆游客上传“香港穷游”攻略，“早上出发，晚上回深圳，一天不超过300人民币”，行程中多包含了山顶、油尖旺、电车、雪糕车、西九文化区等项目。甚至有攻略称，为了省钱多看景点，午餐也可以靠路边买面包解决。（延伸阅读：《[全职儿女：“既然被这个社会抹去了社会角色，我们就回归家庭角色”](#)》）

假期中，[BBC中文](#)安排了记者在香港采访多位大陆旅客，被访者均选择控制旅程消费开支。其中来自北京的王女士在香港旅游九天都没有购物，表示不再对香港报以“购物天堂”的想法，而只是“来看一看”。[路透社](#)也援引港媒指出，香港零售商称虽顾客流量增加了30%，但销售额与正常周末相仿，表明一些游客不愿挥霍消费。

更重要的变化是团客的重要性持续下降。据香港入境处统计，截至10月5日，“十一黄金周”首七天录得100.8万人次内地旅客入境。其中内地组团旅客约2.68万人次，占总人数不到3%。



2023年10月5日，十一黄金周期间，内地旅客以中环摩天轮作背景拍照。摄：林振东/端传媒

这样的转变不仅发生在赴香港旅客上，也是中国大陆旅游市场和旅游文化转变的一部分。

受三年疫情防控影响，2019年至2022年，中国国庆假期出游人数和国内旅游收入连年下滑，今年终于触底反弹。数据显示，中国旅游市场确实获得了不错的增长：中国国家电视台“央视新闻客户端”评论称，“假日开始以来，从出游人次到消费金额屡屡出现‘爆款数据’，在熙来攘往的人群背后，是大家在用切实的需求给中国经济投下的信任票。”据携程统计，该平台“十一”假期首日出境订单，较去年“十一”首日增长11倍。美团发布的“十一”黄金周消费数据显示，全国服务零售日均消费规模（包括交通、住宿、餐饮、教育、卫生、体育、娱乐等领域服务活动的零售额）较2019年同期增长153%，其中全国餐饮堂食消费规模较2019年同期增长254%。

但今年的“十一”黄金周拉动经济的效果仍然不及预期。长假前，中国文化和旅游部数据中心预测，长假期间全国旅游出游预计将达到8.96亿人次，实际数据则比预期减少7000万人次。官方发布的交通数据表明，今年“十一”中国旅客出境游人数仍远远落后于国内游。携程网总经理兼国际市场副总裁蔡文轩（Boon Sian Chai）对媒体表示称，虽然数据显示国内旅游业复苏，但目前出境游市场仅恢复到疫情前水平的60%左右。

他补充说，成本是主要的决定因素，因为从中国出发的团队旅游的平均价格仍比疫情前高30%，部分原因是航空公司尚未恢复疫情前的航班。

中国民航局称，当前每周实际执行的国际客运航班量已经恢复到2019年的52%，客运航班通航国家数已恢复至疫情前的近90%，至英国、意大利、马尔代夫等14个国家的航班量已超过疫情前水平。但许多旅客在出行前发现：近期的机票价格出现了“大跳水”的反常现象。比如，提前20天预订的9月29日至10月5日昆明往返太原的航班机票，已从2400降到了“半价”1200元；9月28日成都到乌鲁木齐的单人往返机票，也从9月初的4052元降到1850元。有新闻报导称，旅客看到新闻后试着退款重新预订，一行六人总开销省下5490元。

机票价格的跳水可能反映出了航班运力过剩的事实。“航旅纵横”大数据显示，中秋国庆假期期间，中国民航计划执行总航班量近14万班，日均航班量比2019年同期增长约20%，但截至9月25日，中秋国庆假期期间的机票预订量仅基本恢复至2019年同期水平。于是，可能是由于“十一”长假航空出行的热度或不如预期，销售进度落后，才出现了价格倒挂的情况。

携程网发布的《中秋国庆旅游总结报告》显示，在国内游方面，省内游订单占比达49%，3天以下旅行团占跟团游总量的一半，长途游订单占比仅有39%。



2023年10月5日，游客在新疆巴音郭楞蒙古自治州骑骆驼。摄：Costfoto/NurPhoto via Getty Images

与长途出行方面的消费不高形成对比的是，中国旅游研究院监测到，游客在节假日选择商业综合体、文博场馆和历史文化街区者占比高达20%以上，假期前半段，城市旅游休闲街区热度明显高于长途游景区热度。（延伸阅读：《“躺平”背后的人生选择，我们一定要往“前”走吗？》）

携程网提供的数据也显示，“十一”期间，最新走红中国大陆互联网的旅游方式“Citywalk”（城市漫步）的搜索量同比增长7倍多。乡村旅游也延续暑假以来的高速增长，乡村酒店订单同比增长近1倍，对比2019年同期也增长4倍多。乡村旅游人群中，“90后”占比达到了30%，成为增长最快的消费人群。

值得一提的是，今年春季以来，“特种兵式旅游”的网络热度居高不下，亦延续到今年“十一”黄金周期间。在生活方式平台“小红书”上，以“特种兵”为关键词的笔记已累计超过204万篇，这种旅行方式挑战用最短时间和最少费用来游玩最多景点，比如“一天一城游”、连续早起晚睡、硬卧（较便宜的过夜有铺位火车）代替酒店等。“特种兵式旅游”在年轻人中的流行，迎合了青年就业市场下行和低收入的社会背景。（延伸阅读：《[不确定时代的“信徒”：集体焦虑下，中国年轻人前进寺庙](#)》）

多位在北京从事包车旅游业的从业人士此前也告诉记者，今年夏天以来，各地游客络绎不绝，包车生意不错，但形成对比的是，“大家就是多看景的点拍照打卡，像以前那样大手笔购物的很少了。”

[#特种兵旅游](#) [#香港旅游](#) [#内地游客](#) [#青年](#) [#中国](#) [#陆客](#) [#旅游](#)

本刊载内容版权为端传媒或相关单位所有，未经[端传媒编辑部](#)授权，请勿转载或复制，否则即为侵权。

端傳媒八週年 | 另一個世界仍然有可能

訂閱端傳媒，期待改變的你，
與亟待突破的我們，共同撐起另一個世界。

8週年尊享會員 特別優惠 **20%OFF**

立即訂閱 →

端傳媒的下一程，需要你的守護。今天就成為訂閱會員，支持我們走下去，支持華文世界不可或缺的深度報導和多元聲音。點擊了解更多[會員計畫](#)