



信达证券
CINDA SECURITIES

Research and
Development Center

2025 年国庆中秋假期点评：国内游量 增价降，出境游较强

旅游行业

证券研究报告

行业研究

行业专题研究

旅游行业

投资评级 看好

上次评级 看好

范欣悦 商社行业首席分析师

执业编号: S1500521080001

邮箱: fanxinyue@cindasc.com

信达证券股份有限公司

CINDA SECURITIES CO., LTD

北京市西城区宣武门西大街甲127号金隅大厦B座

邮编: 100031

2025 年国庆中秋假期点评：国内游量增价降，出境游较强

2025 年 10 月 10 日

本期内容提要：

- **25 年国庆中秋假期旅游量增价降。**25 年国庆中秋假期 8 天，国内旅游 8.88 亿人次，日均 1.11 亿人次、同比 24 年国庆假期增长 1.6%、恢复至 19 年同期 99.4%；国内旅游收入 8090 亿元，日均 1011 亿元、同比 24 年国庆假期增长 1.0%、恢复至 19 年同期 109.0%；人均消费 911 元、日均 114 元、同比 24 年国庆假期下滑 13.0%、恢复至 19 年同期 95.9%。相比 25 年五一、春节假期，国庆中秋旅游人次增速放缓，人均消费增速转负。
- **景区：日均客流中个位数至双位数增长。**从已经完整公布国庆中秋假期游客数据的景区来看，日均客流增速在中个位数至双位数，其中峨眉山（日均+19.7%）、凤凰古城（日均+18.8%）表现突出。另外，祥源文旅旗下景区数据靓丽，前 7 天累计服务人次同增 18.0%，营收同增 20.0%。
- **出境游：增速好于国内游。**根据国家移民管理局，25 年国庆中秋假期全国出入境达 1634.3 万人次，日均 204.3 万人次，同增 11.5%，其中内地居民出入境 916.5 万人次，同增 9.6%。内地游客访港澳日均小幅增长，日均内地游客访港人次同增 0.9%，访澳人次同增 1.1%。
- **演艺：宋城演艺场次、客流再创新高。**根据国家税务总局，25 年国庆中秋假期文化艺术服务销售收入同增 18.6%，其中文艺创作与表演服务、艺术表演场馆销售收入同比分别增长 18.4%/50%。宋城演艺旗下 12 大《千古情》演出 510 场、同增 6%，接待游客近 300 万人次、同增约 15%。
- **消费：中低个位数增速，服务消费好于商品消费。**根据商务部商务大数据监测，25 年国庆中秋假期，全国重点零售和餐饮企业销售额按可比口径同比增长 2.7%。10 月 1~7 日，商务部重点监测的 78 个步行街（商圈）客流量、营业额同比分别增长 8.8%/6.0%。服务消费好于商品消费，根据国家税务总局最新增值税发票数据，25 年国庆中秋假期，全国消费相关行业日均销售收入同比增长 4.5%，其中商品消费和服务消费分别同增 3.9%/7.6%。
- **投资建议：**25 年国庆中秋假期国内游整体量增价降，出境游好于国内游。建议重点关注具有 alpha 的景区公司，如三峡旅游、祥源文旅、九华旅游等。
- **风险提示：**宏观经济变化对旅游消费意愿和支付能力的影响；恶劣天气对旅游的影响；新拓展项目不及预期的风险。

目 录

2025 年国庆中秋假期：国内游量增价降，出境游较强.....	4
国内旅游.....	4
景区.....	5
出境游.....	6
演艺.....	7
消费.....	8
投资建议.....	9
风险因素.....	9

表 目 录

表 1：国庆中秋/国庆假期流动量和客运量.....	5
表 2：我国部分景区国庆中秋/国庆假期游客人次及同比增速.....	6

图 目 录

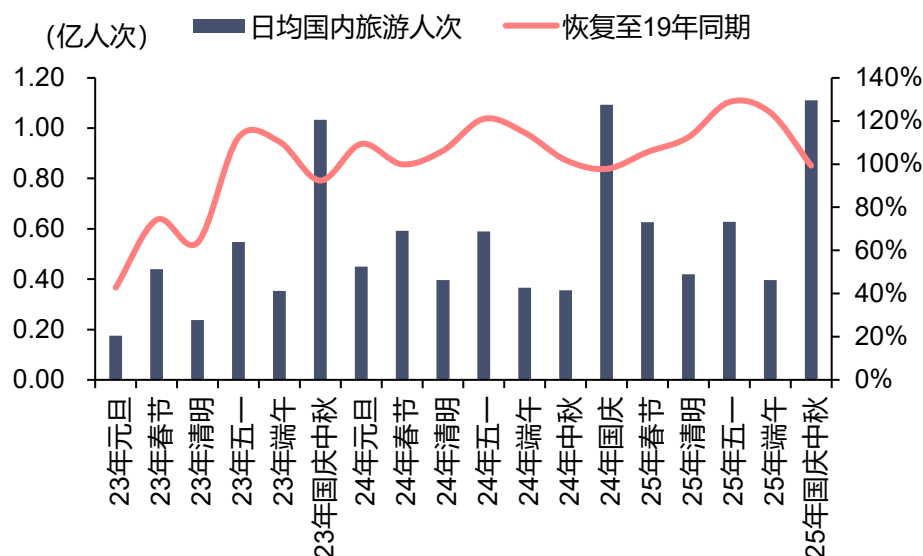
图 1：我国主要假期日均国内旅游人次及恢复度.....	4
图 2：我国主要假期日均国内旅游收入及恢复度.....	4
图 3：我国主要假期单日人均消费及恢复度.....	5
图 4：国庆中秋/国庆假期日均出入境人次及同比增速.....	7
图 5：国庆中秋/国庆假期内地游客访港人次及同比增速.....	7
图 6：国庆中秋/国庆假期内地游客访澳人次及同比增速.....	7
图 7：国庆中秋/国庆假期宋城演艺主秀演出场次及同比增速.....	8
图 8：国庆中秋/国庆假期消费相关行业日均销售收入同比增速.....	8

2025 年国庆中秋假期：国内游量增价降，出境游较强

国内旅游

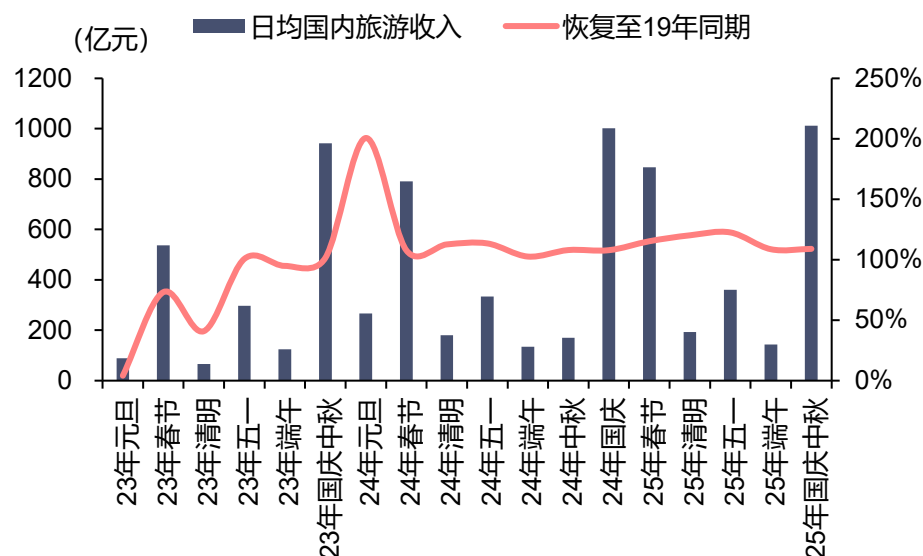
25 年国庆中秋假期旅游量增价降。25 年国庆中秋假期 8 天，国内旅游 8.88 亿人次，日均 1.11 亿人次、同比 24 年国庆假期增长 1.6%、恢复至 19 年同期 99.4%；国内旅游收入 8090 亿元，日均 1011 亿元、同比 24 年国庆假期增长 1.0%、恢复至 19 年同期 109.0%；人均消费 911 元、日均 114 元、同比 24 年国庆假期下滑 13.0%、恢复至 19 年同期 95.9%。相比 25 年五一、春节假期，国庆中秋旅游人次增速放缓，人均消费增速转负。

图 1：我国主要节假日日均国内旅游人次及恢复度



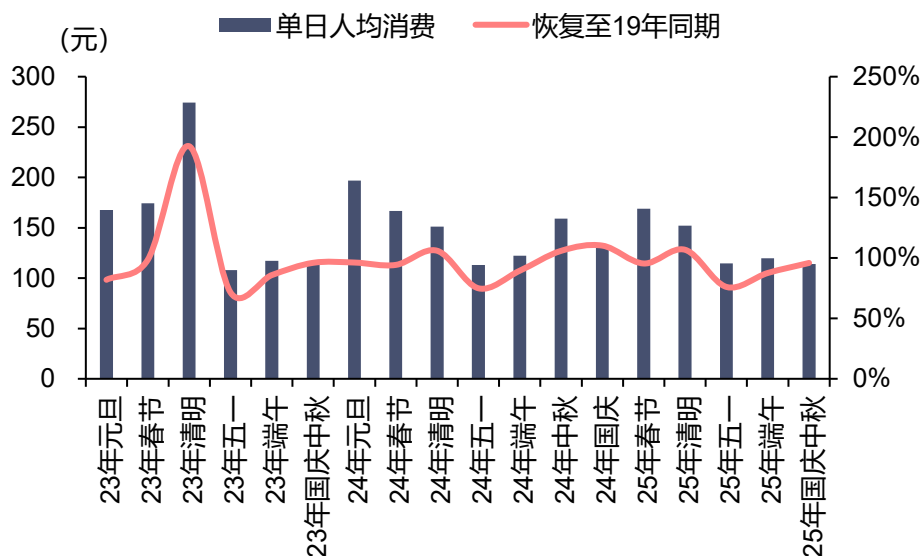
资料来源：文化和旅游部，央视新闻，中国政府网，中国旅游研究院(文化和旅游部数据中心)，信达证券研发中心

图 2：我国主要节假日日均国内旅游收入及恢复度



资料来源：文化和旅游部，央视新闻，中国政府网，中国旅游研究院(文化和旅游部数据中心)，信达证券研发中心

图 3：我国主要假期单日人均消费及恢复度



资料来源：文化和旅游部，央视新闻，中国政府网，中国旅游研究院(文化和旅游部数据中心)，信达证券研发中心

交通数据好于旅游数据。25 年国庆中秋假期，全社会跨区域人员流动量预计 24.32 亿人次，日均 3.04 亿人次，同比增长 6.2%，显著高于日均国内旅游增速。其中，铁路客运量日均同增 2.6%，水路客运量日均同增 4.2%，民航客运量日均同增 3.4%，公路人员流动量同增 6.5%，公路表现突出，与央视新闻提到“自驾游成为热门出行方式”相符。

表 1：国庆中秋/国庆假期流动量和客运量

(单位, 亿人次)	日均全社会跨区域人员流动量	YoY	铁路日均客运量	YoY	水路日均客运量	YoY	民航日均客运量	YoY	公路日均人员流动量	YoY
2023	2.755		0.176		0.013		0.021		2.545	
2024	2.861	3.9%	0.188	6.3%	0.014	10.0%	0.023	11.1%	2.637	3.7%
2025	3.040	6.2%	0.192	2.6%	0.015	4.2%	0.024	3.4%	2.809	6.5%

资料来源：交通运输部，中国新闻网，中国旅游报，信达证券研发中心

“拼假友好”促进长线游、“分段式”错峰出行。今年国庆中秋假期，往前或往后请 3 天假都能凑成 12 天假期。根据央视新闻，超过 30% 的游客选择长线游，出游距离 500 公里以上长途游出游人群规模同比增长 8.8%。根据携程，许多游客通过拼假方式，选择在 9 月 25~30 日提前出发，或在节中、甚至节后开启旅程。选择错峰出行，不仅提升了旅行体验，还节省出行成本，如根据携程，9 月 25~30 日期间，国内多地酒店花费可节省 20%；而 10 月 3~4 日，国内机票单程均价较前两日便宜 30% 以上。

景区

日均客流中个位数至双位数增长。从已经完整公布国庆中秋假期游客数据的景区来看，日均客流增速在中个位数至双位数，其中峨眉山（日均+19.7%）、凤凰古城（日均+18.8%）表现突出。另外，祥源文旅旗下景区数据靚

丽，前 7 天累计服务人次同增 18.0%，营收同增 20.0%。

表 2：我国部分景区国庆中秋/国庆假期游客人次及同比增速

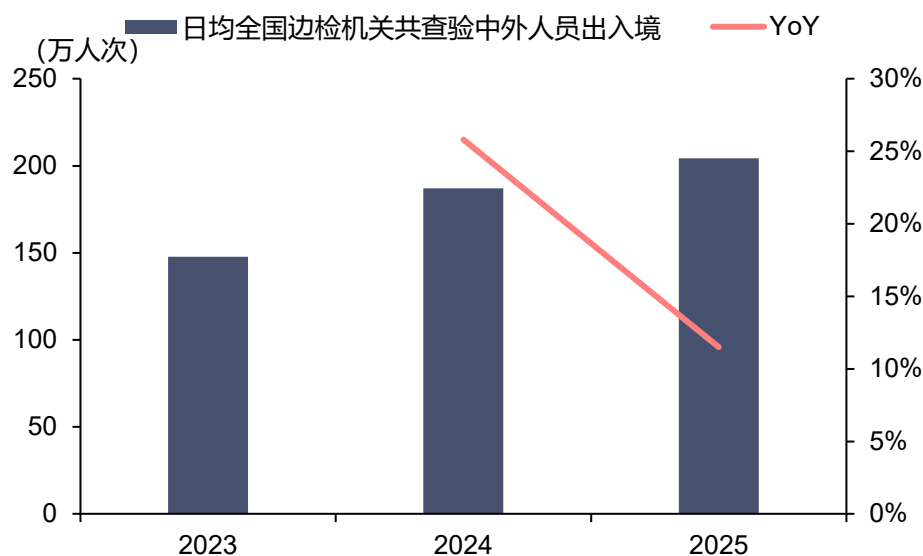
(单位, 万人次)	2023	2024	2025
黄山			
游客人次	19.20	19.18	22.90
YoY		-0.1%	19.4%
日均	2.40	2.74	2.86
YoY		14.2%	4.5%
峨眉山			
游客人次	22.83	26.31	36.00
YoY		15.2%	36.8%
日均	2.85	3.76	4.50
YoY		31.7%	19.7%
长白山			
游客人次	16.58	18.18	22.17
YoY		9.7%	21.9%
日均	2.07	2.60	2.77
YoY		25.3%	6.7%
三峡大坝			
游客人次	18.40	20.10	22.00
YoY		9.2%	9.5%
日均	2.30	2.87	2.75
YoY		24.8%	-4.2%
凤凰古城			
游客人次	35.33	36.05	48.96
YoY		2.0%	35.8%
日均	4.42	5.15	6.12
YoY		16.6%	18.8%
九寨沟			
游客人次	19.76	24.78	30.83
YoY		25.4%	24.4%
日均	2.47	3.54	3.85
YoY		43.3%	8.9%

资料来源：黄山市人民政府办公室，中国黄山公众号，黄山日报公众号，四川省人民政府办公厅，峨眉山景区公众号，吉林省长白山保护开发区管理委员会，长白山发布公众号，怒江大峡谷网，宜昌市人民政府办公室，三峡大坝旅游公众号，湖南日报，湖南日报·新湖南，潇湘晨报，九寨沟县人民政府，九寨发布公众号，阿坝州文化广播电视和旅游局公众号，信达证券研发中心

出境游

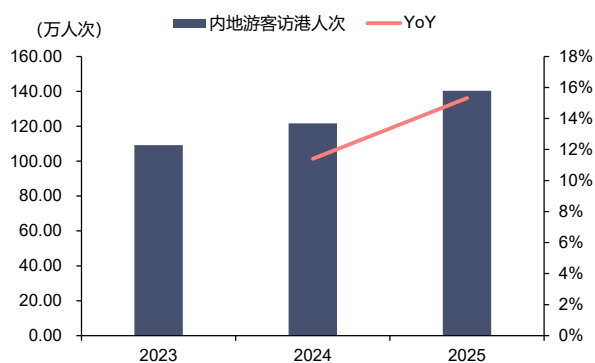
出境游增速好于国内游。根据国家移民管理局，25 年国庆中秋假期全国出入境达 1634.3 万人次，日均 204.3 万人次，同增 11.5%，其中内地居民出入境 916.5 万人次，同增 9.6%。内地游客访港澳日均小幅增长，日均内地游客访港人次同增 0.9%，访澳人次同增 1.1%。

图 4：国庆中秋/国庆假期日均出入境人次及同比增速



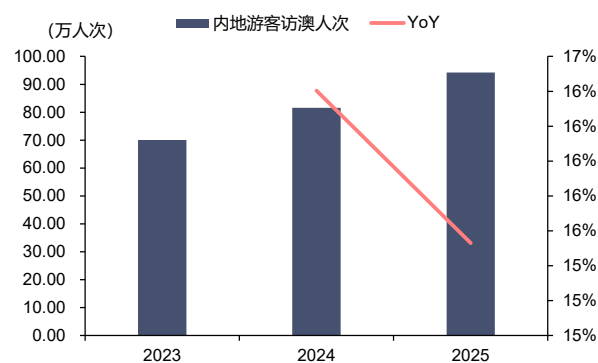
资料来源：国家移民管理局，信达证券研发中心

图 5：国庆中秋/国庆假期内地游客访港人次及同比增速



资料来源：香港入境事务处，信达证券研发中心

图 6：国庆中秋/国庆假期内地游客访澳人次及同比增速



资料来源：澳门旅游数据+，信达证券研发中心

演艺

宋城演艺场次、客流再创新高。根据国家税务总局，25 年国庆中秋假期文化艺术服务销售收入同增 18.6%，其中文艺创作与表演服务、艺术表演场馆销售收入同比分别增长 18.4%/50%。宋城演艺旗下 12 大《千古情》演出 510 场、同增 6%，接待游客近 300 万人次、同增约 15%。

图 7：国庆中秋/国庆假期宋城演艺主秀演出场次及同比增速

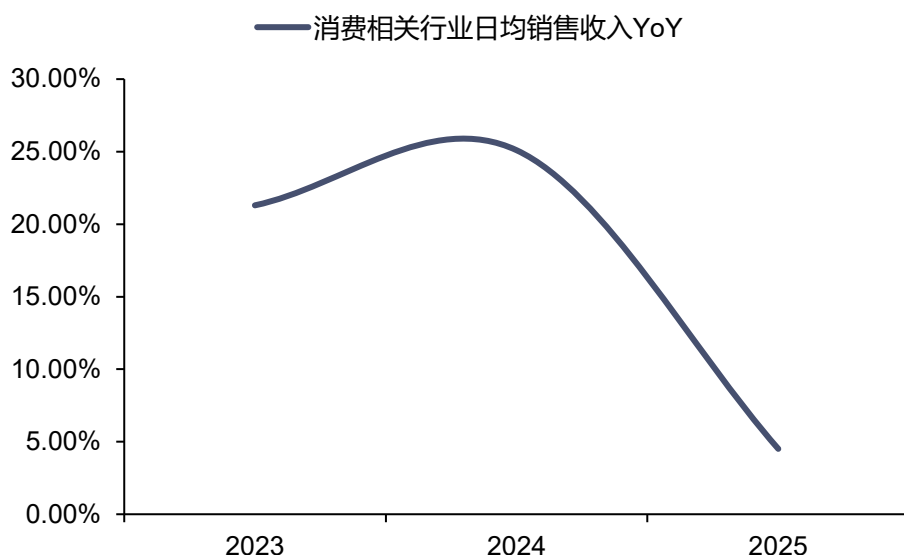


资料来源：宋城演艺公众号，信达证券研发中心

消费

消费中低个位数增速，服务消费好于商品消费。根据商务部商务大数据监测，25 年国庆中秋假期，全国重点零售和餐饮企业销售额按可比口径同比增长 2.7%。10 月 1~7 日，商务部重点监测的 78 个步行街（商圈）客流量、营业额同比分别增长 8.8%/6.0%。服务消费好于商品消费，根据国家税务局最新增值税发票数据，25 年国庆中秋假期，全国消费相关行业日均销售收入同比增长 4.5%，其中商品消费和服务消费分别同增 3.9%/7.6%。

图 8：国庆中秋/国庆假期消费相关行业日均销售收入同比增速



资料来源：国家税务总局，央视新闻，信达证券研发中心

投资建议

25 年国庆中秋假期国内游整体量增价降，出境游好于国内游。建议重点关注具有 **alpha** 的景区公司，如三峡旅游、祥源文旅、九华旅游等。

风险因素

宏观经济变化对旅游消费意愿和支付能力的影响：若宏观经济下行，或将影响居民消费能力，进而影响人均旅游消费支出。

恶劣天气对旅游的影响：若遇到恶劣天气，或将对当地旅游产生负面影响，特别是对自然景区的游客人数的影响。

新拓展项目不及预期的风险：新拓展项目游客人数爬坡不及预期，带来项目盈利能力不及预期的风险。

研究团队简介

范欣悦，商社行业首席分析师，CFA，曾任职于中泰证券、中银国际证券，所在团队 2015 年获得新财富第三名、2016 年获得新财富第四名、2023 年获得新浪金麒麟医美行业菁英分析师第一名。硕士毕业于美国伊利诺伊大学香槟分校金融工程专业，本科毕业于复旦大学金融专业。

分析师声明

负责本报告全部或部分内容的每一位分析师在此申明，本人具有证券投资咨询执业资格，并在中国证券业协会注册登记为证券分析师，以勤勉的职业态度，独立、客观地出具本报告；本报告所表述的所有观点准确反映了分析师本人的研究观点；本人薪酬的任何组成部分不曾与，不与，也将不会与本报告中的具体分析意见或观点直接或间接相关。

免责声明

信达证券股份有限公司（以下简称“信达证券”）具有中国证监会批复的证券投资咨询业务资格。本报告由信达证券制作并发布。

本报告是针对与信达证券签署服务协议的签约客户的专属研究产品，为该类客户进行投资决策时提供辅助和参考，双方对权利与义务均有严格约定。本报告仅提供给上述特定客户，并不面向公众发布。信达证券不会因接收人收到本报告而视其为本公司的当然客户。客户应当认识到有关本报告的电话、短信、邮件提示仅为研究观点的简要沟通，对本报告的参考使用须以本报告的完整版本为准。

本报告是基于信达证券认为可靠的已公开信息编制，但信达证券不保证所载信息的准确性和完整性。本报告所载的意见、评估及预测仅为本报告最初出具日的观点和判断，本报告所指的证券或投资标的的价格、价值及投资收入可能会出现不同程度的波动，涉及证券或投资标的的历史表现不应作为日后表现的保证。在不同时期，或因使用不同假设和标准，采用不同观点和分析方法，致使信达证券发出与本报告所载意见、评估及预测不一致的研究报告，对此信达证券可不发出特别通知。

在任何情况下，本报告中的信息或所表述的意见并不构成对任何人的投资建议，也没有考虑到客户特殊的投资目标、财务状况或需求。客户应考虑本报告中的任何意见或建议是否符合其特定状况，若有必要应寻求专家意见。本报告所载的资料、工具、意见及推测仅供参考，并非作为或被视为出售或购买证券或其他投资标的的邀请或向人做出邀请。

在法律允许的情况下，信达证券或其关联机构可能会持有报告中涉及的公司所发行的证券并进行交易，并可能会为这些公司正在提供或争取提供投资银行业务服务。

本报告版权仅为信达证券所有。未经信达证券书面同意，任何机构和个人不得以任何形式翻版、复制、发布、转发或引用本报告的任何部分。若信达证券以外的机构向其客户发放本报告，则由该机构独自为此发送行为负责，信达证券对此等行为不承担任何责任。本报告同时不构成信达证券向发送本报告的机构之客户提供的投资建议。

如未经信达证券授权，私自转载或者转发本报告，所引起的一切后果及法律责任由私自转载或转发者承担。信达证券将保留随时追究其法律责任的权利。

投资建议的比较标准	股票投资评级	行业投资评级
本报告采用的基准指数：沪深 300 指数（以下简称基准）； 时间段：报告发布之日起 6 个月内。	买入： 股价相对强于基准 15% 以上；	看好： 行业指数超越基准；
	增持： 股价相对强于基准 5%~15%；	中性： 行业指数与基准基本持平；
	持有： 股价相对基准波动在 $\pm 5\%$ 之间；	看淡： 行业指数弱于基准。
	卖出： 股价相对弱于基准 5% 以下。	

评级说明

风险提示

证券市场是一个风险无时不在的市场。投资者在进行证券交易时存在赢利的可能，也存在亏损的风险。建议投资者应当充分深入地了解证券市场蕴含的各项风险并谨慎行事。

本报告中所述证券不一定能在所有的国家和地区向所有类型的投资者销售，投资者应当对本报告中的信息和意见进行独立评估，并应同时考量各自的投资目的、财务状况和特定需求，必要时就法律、商业、财务、税收等方面咨询专业顾问的意见。在任何情况下，信达证券不对任何人因使用本报告中的任何内容所引致的任何损失负任何责任，投资者需自行承担风险。