

多样化个性化并存 激发旅游新偏好新模式

国内旅游出游人数 8.26 亿人次，国内旅游收入 7534.3 亿元——中秋国庆假期，文旅消费市场成绩亮眼。为期 8 天的“加长版”黄金周，让返乡探亲、赏秋观光、休闲度假、亚运会观赛等出游需求集中释放，“去哪玩”“玩什么”“怎么玩”等旅行决策随之发生变化。

长线游更受青睐

“今年‘双节’假期时间长，我和朋友在放假前就开始研究旅游路线，想尽可能多玩几个地方。”平时在上海工作的宇晨告诉记者，她对大西北风光向往已久，这次终于得以前往甘肃敦煌、嘉峪关、张掖等地，领略河西走廊沿线的秋日盛景。

据中国旅游研究院测算，假日期间，国内游客平均出游半径达 189.5 公里，按可比口径较去年同期增长 59.6%。多家平台数据显示，与前几年火热的周边游、微度假相比，今年中秋国庆假期，人们更倾向于选择“去远方”的长线游。

携程长线游订单量占比 39%，以新疆、云南为代表的西北、西南地区成为长线游的热点区域；据途牛旅游网统计，56% 的用户选择国内长线游，行摄赏秋、休闲山水等主题旅游产品成为热门选择。

“加长版”黄金周也为出境游留足了时间，海外长线游热度回归。同程旅行数据显示，中秋国庆假期出境游酒店、机票预订量均超过 2019 年同期水平，除了泰国、新加坡、印度尼西亚等亚洲国家，欧洲、非洲、南美洲等长线出境游目的地热度也快速增长。

据途牛旅游网相关负责人介绍，阿联酋、土耳其、伊朗等共建“一带一路”国家成为今年“双节”假期出境游市场“黑马”，相关目的地跟团游订单量显著增长。以阿联酋为例，在对中国公民实施免签入境政策的背景下，“迪拜—沙

迦—阿布扎比 6-7 日游”等旅游产品成为用户的热门选择。

“小地方”热度上升

面对强势复苏的旅游热潮，避开人山人海、前往小众目的地成为不少人假期出游的选择。

据了解，今年“双节”假期，北京、上海、成都、广州、重庆、西安等国内主要旅游目的城市及热门景区的消费活跃度保持高位，一些旅游资源丰富、物价水平不高的小城市也格外吸睛，成为游客“反向旅行”的首选。与此同时，颇具郊野特色的乡村游热度不减，越来越多的“小地方”张开怀抱迎接八方来客。

同程旅行数据显示，旅游热度涨幅最高的小众目的地包括阿拉善盟、双河市、防城港市、伊春市、中卫市等，其中阿拉善盟和双河市旅游热度环比上涨超 3 倍。美团数据显示，林芝、万宁、汕尾、临沧等小众城市的酒店住宿订单量较 2019 年同期翻了 1 倍。

在江西，乡村游不仅以原汁原味的民俗特色吸引游客，更包含丰富多彩的创意活动。

婺源县篁岭村“晒秋”的习俗闻名遐迩，秋日收获的辣椒、柿子等作物晾晒在白墙黛瓦的村居之间，共同构成一幅丰收画卷。今年国庆，篁岭村村民用近 1000 斤辣椒、10 斤玉米和 10 斤白豆，“晒”出一面“巨型国旗”喜迎佳节，吸引了众多游客前来合影留念。

在浮梁县高岭·中国村，非遗庙会、

星空露营、音乐派对等活动精彩纷呈，让游客感受“街街有戏、步步是景”的乡村新貌。

业内人士指出，今年“双节”假期期间旅游目的地“热点更热，冷点不冷”现象突出，旅游选择的多样性和个性化并存。游客对小城旅游、乡村旅游的关注度提升，客观上是由于高铁、航空、高速公路等基础设施完善使目的地通达性提升，更深层的原因在于人们的旅游观念和兴趣发生转变，不再执着于前往知名景点和热门城市，而是更加注重出游的愉悦体验。“小地方”具备节奏舒缓、能够深度体验风土人情等优势，依托旅游资源培育打卡新业态、消费新热点，有利于促进旅游业均衡、健康发展。

先“种草”，后打卡

海河之上，狮子林桥头，跳水爱好者纵身一跃，引起岸边围观者的阵阵惊呼与赞叹——今年暑期，“天津跳水大爷”成为短视频平台上格外“出圈”的群体，他们跳水的地点更是被网友戏称为“8A 级景区”。夏去秋来，尽管跳水活动已停止，但天津却成为游客中秋国庆假期出游的又一热门目的地。

《抖音 2023 中秋国庆出游报告》显示，“天津跳水大爷”相关话题视频播放量超过 20 亿次，“双节”期间，通过抖音下单的天津旅游订单同比增长 14 倍，环比节前增长超 10 倍，餐饮消费订单同比增长 245%。

“像‘天津跳水大爷’这样的现象级热点，不仅火在当时，还能发挥吸引人们‘种草’的长尾效应。”抖音生活服务酒旅业务相关负责人表示，在平台上“种草”、下单并打卡逐渐成为年轻人规划旅行的重要方式与消费习惯，长假期间，抖音用户发布的吃喝玩乐内容超过 5700 万条，酒旅订单量同比增长 9 倍。

驴妈妈旅游网首席执行官邹庆龄认为，随着人们生活方式和消费观念的多元化，文旅消费的“理由经济”属性更加明显，一条短视频、一场音乐会、一处主题乐园等都可能成为“马上出发”的理由。

年轻人的旅行方式和消费习惯，正在对旅游产品与业态模式产生重要影响力。携程旅行相关研究报告指出，从用户需求看，注重社交、分享与个性化表达的 Z 世代，逐渐成为旅游新生力量，带动露营、旅拍、赶海、音乐节等多种新兴旅游业态崛起，促进旅游产品供给更加多元。长假期间，携程旅拍订单同比增长 1 倍，搜索热度同比增长 2 倍多。

文化和旅游部产业发展司副司长马力表示，新业态引领文化和旅游产业提质升级，下一步将围绕少儿、青年、老年、家庭等不同消费群体需求，打造有品质、有温度的旅游目的地，引导戏剧节、音乐节、艺术节、动漫节、演唱会、艺术展览、文旅展会、文体赛事等新场景有序发展，成为旅游发展新动能。

(朱金宣)

【学思想 强党性 重实践 建新功】

聚焦主题主线 坚持学用结合

——各地扎实推进第二批主题教育

第二批学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想主题教育启动以来，各地把主题教育同中心工作统筹起来，坚持学以致用、知行合一，注重解决实际问题，注重抓好衔接联动，确保在以学铸魂、以学增智、以学正风、以学促干上取得实效。

紧扣主题主线 筑牢思想根基

各地把“学思想”作为首要任务贯穿始终，把理论学习、调查研究、推动发展、检视整改、建章立制等贯通起来，一体推进。

在广东，各地区普遍采取党委常委（扩大）会议、理论学习中心组学习等方式，牢牢把握主题教育总要求和目标任务，以更实更细的举措全面开展第二批主题教育。

井冈山脚下，江西省吉安市青原区委党校多次举办专题读书班及主题学习活动。青原区委党校常务副校长肖敏说，依托丰富的红色资源，当地在开发红色教育培训课程上持续发力，进一步发挥好党校在主题教育中的作用，讲好江西红色故事。

深入一线，坚持在干中学、学中干。在河北省邢台市威县燕山东路的顺丰快递网点，威县县委工作人员与快递员共同装卸、扫描、分拣快递，并采取“人跟车”的方式，和快递员一同工作。威县

县委书记崔耀鹏说，通过一线调研，有关部门深入了解快递行业发展的瓶颈和问题，未来出台措施将更有针对性，助力解决企业深层次的痛点。

务实推动求质量 精准发力抓落实

各地锲而不舍、精准发力抓落实，推动主题教育取得实效。

新钢集团党委书记、董事长刘建荣说，在扎实开展主题教育过程中，企业抓住生产创新关键环节狠下功夫，以实干促进行业高质量发展。国庆节前夕，中国宝武新钢集团生产出无取向电工钢领域“手撕钢”，其厚度仅为 0.08 毫米，约为一张 A4 纸的厚度，主要应用于高端医疗、高端新能源汽车等领域。“这一项关键技术的突破，为企业带来了技术创新、产业发展的提质升级，接下来就是稳定的批量生产。”刘建荣说。

9 月中旬，西藏林芝市巴宜区各乡镇（街道）党委，村居、国有企业等基层党组织分别结合本单位实际召开主题

教育动员部署会。乡镇重点围绕加强基层党组织和政权建设，解决服务群众“最后一公里”问题；村居重点围绕乡村振兴、基层治理等问题检视整改；街道、社区重点围绕强化公共管理、公共安全、提供良好公共环境，提高社区基层治理和公共服务水平……

上海市静安区以“深化国际消费中心城市示范区建设”作为在主题教育中开展调查研究的重点课题。静安区区委书记于勇说，静安将不断创新体制机制，提升贸易便利化水平，全力推动消费环境质量实现更大跃升。

靶向整治问题 出实招办实事

主题教育的效果好不好，群众看得最清楚、最有发言权。各地切实推动主题教育持续走深走实，真正惠及民生。

立足实际，田间找问题，地头解难题。河北省邢台市信都区是中药材“邢枣仁”的道地产区，野生酸枣资源 25.62 万亩，辐射全区 140 多个村、2 万余农

户。但酸枣深加工产品少、产品附加值低等一定程度上制约了产业发展。信都区农业农村局局长李润国说：“在主题教育中，我们先后深入 30 多个酸枣种植村，与大家面对面交流，广泛征求意见、剖析原因、寻找出路。目前，打算继续在本地推广优良酸枣品种，提升科学管理水平，支持农业龙头企业补齐产业链条，努力研发推出新产品。”

“建议构建数字产业发展生态圈，推动本地数字化中小企业与国企优势互补，实现共同发展……”近日，安徽省马鞍山市“采石会客厅”企业接待日活动中，安徽小马创意科技股份有限公司提出了相关建议。会后，马鞍山市多部门积极对接，谋划推动建议落地落实。

马鞍山市营商环境办副主任、市政府副秘书长蔡飞介绍，主题教育中马鞍山市创新实施“企声响应”专项行动，明确开展“采石会客厅”企业服务集成改革、企业服务中心功能升级等工作，全力为企业办实事、解难题、促发展，切实把主题教育成效转化为助力企业高质量发展成果。

(据新华社)