

民俗游、亲子游、跨境游齐头并进

端午邂逅“六一”引爆旅游热

今年端午假期，旅游市场多点开花。短途“微度假”成为主流，消费者偏好300公里内的周边游，租车自驾需求随之增长；民俗体验消费大幅攀升，拥有丰富民俗活动的岳阳、无锡、佛山等地酒店预订量增长显著。此外，恰逢“六一”儿童节，亲子游市场火热，主题乐园、水乐园订单激增，多孩家庭结伴出游成为新趋势，带动亲子房、家庭套票需求旺盛。跨境旅游同样表现亮眼，国际机票价格调整刺激出境游需求；入境游市场持续升温，海外游客推动景区门票销售增长强劲。

业内人士表示，民俗体验正在成为文旅消费的新流量密码，其与非遗、地方特色文化的结合有效提升了旅游目的地的吸引力，也促进入境游市场快速发展。

●本报记者 杨梓岩



今年端午假期，消费者偏爱300公里内的短途出游。三天“微度假”与避暑、民俗主题相结合的出游方式成为端午假期旅游市场主流。

携程数据显示，今年端午假期，本地游、周边游订单量占总出游订单量的比重为64%，周边游热门目的地包括杭州、南京、上海、苏州、广州、北京等。短途游带动租车自驾订单增长，端午期间国内租车自驾订单占比

达44%，国内租车热门目的地包括乌鲁木齐、成都、三亚等。

值得一提的是，今年端午假期出游更具性价比，国内机票均价在

节目中出现了不同程度的下调。同程旅行数据显示，端午假期首日，国

内机票均价相比前一日下降超过

20%。

民俗体验消费也是端午假期旅游市场的亮点。去哪儿旅行数据显

示，拥有丰富民俗体验项目的岳阳、无锡、佛山等地，端午假期酒店预订量同比增长超40%。

去哪儿旅行大数据研究院研究员陈晓双对记者表示，民俗体验正在成为文旅消费的新流量密码。

“非遗+民俗”“地方特色文化活

动+民俗”助力越来越多的小众目

的地走向大众视野，吸引了越来

越多的游客。



新华社图片

“我们是周六从北京自驾2个小时过来玩的。本打算当天回去，结果孩子没玩够，就又住了一晚多玩了一天。”正在河北省河间市国欣水乐园陪孩子冲浪的王女士告诉记者，“这里除了各种水上项目，还有餐饮、酒店、中医诊疗、运动场馆、对花棉文博馆等项目，性价比也非常高，能够实现‘一站式度假’。”

今年端午假期恰逢“六一”儿

童节，双节叠加拉动亲子游异常火热，尤其是水上乐园项目。同程旅行数据显示，今年端午假期，像国欣水乐园这样的水上乐园门票订单量同比增长165%。去哪儿旅行数据也显示，主题乐园景区在端午假期最受欢迎，订单量同比增长了60%。

同程旅行数据显示，端午假期平台上亲子跟团产品订单量同比增长

80%。早在端午假期前，部分热门酒店的亲子房就已售罄。去哪儿平台上，端午假期亲子房订单量同比增长超50%，景区三人及以上家庭套票订单量同比增长40%。

“多孩家庭、有娃家庭结伴出行成为假期出游新趋势。越来越多的酒店和景区开发‘多孩友好’产品，满足精细化需求。”陈晓双表示，随着亲子游的持续火热，优质的产品供给

成为引爆消费的关键。

以国欣水乐园为例。王女士告诉记者，“水乐园二层的自助餐厅有披萨、鸡米花、冰激凌等很多孩子喜欢吃的，三楼还有电影院等设施，让家长很省心。而且，我们是一家四大一小出来游玩的，园区的国宾宾馆正好有家庭套房，房间的浴缸还能泡温泉，老人也很喜欢，很适合全家出来度假。”

度调整中，中国不断出台政策吸引更多国家的游客到来。外国游客也开始挖掘更多体验，比如在上海豫园穿汉服、坐轻轨在重庆感受穿城而过，甚至去合肥观摩新能源汽车的制造。持续扩大的签免政策红利、文旅融合推动旅游供给丰富、服务水准日益提高等，都将进一步推动入境游增长。

新玩法持续出圈 露营经济爆火

●本报记者 董添

端午假期，各地露营经济持续火爆。美团数据显示，今年端午节期间，“露营”关键词搜索量同比增长50%，“露营基地”“露营烧烤”均是热门搜索词。不少亲子乐园、户外营地推出了“露营+萌宠”“露营+玩水”“露营+烧烤”等跨业态玩法，十分出圈。美团平台上的“露营+”吃喝玩乐订单量同比增长超120%，北京地区“露营”订单量位居全国第一。

其中，中国证券报记者走访北京南苑森林湿地公园、永兴河湿地公园等多个知名露营打卡点发现，露营经济持续火爆，免费营地人头攒动，收费营地也几乎满员，不再接受临时预定。

端午露营热

“端午假期已经没有帐篷可以租到了，预定成功的客户基本是放假前一周预定的。标准帐篷可以容纳6至8人，4小时198元，如果借电烤炉，另外收取138元，食材自备。假期一般都会满员，平时周六日也要提前预定。”记者在南苑森林湿地公园走访时，一家主打露营烧烤的门店工作人员告诉记者。

如今，露营烧烤已经成为很多人的假期必选项之一。记者随机采访了几位正在进行露营烧烤的游客，多位游客告诉记者，放假前一周就计划来这里露营烧烤。

露营经济对消费的拉动作用不可小觑。在南苑森林湿地公园走访过程中，记者看到，租用的露营场地收费标准基本是4小时起步，家庭聚餐类帐篷收费在200元至400元不等，容纳几十人的巨型帐篷收费普遍在1000元以上。

“食材是我们一早去新发地市场买的，新发地有串好的各类肉串，调料也很全。我们两家一起租这个帐篷，用一个烤架，自购肉串，比较划算。”有游客告诉记者。

记者看到，一些露营门店还配备了饮料、烤肠、棉花糖、爆米花、扑克等商品，销量可观。

另外，端午期间，公园里不少民俗摊位也增加了露营的趣味性。扎染工艺的小推车、可以手工磨制豆浆的石磨摊、手绘扇面的小铺……让游客纷纷驻足。

露营产品迎旺季

中国证券报记者调研了解到，与租用露营帐篷的游客相比，自带帐篷和露营工具的游客成为露营“主力军”。

在很多公园的露营区，自行搭建的帐篷密密麻麻遍布在草地上，披萨、自助火锅、汉堡等便餐成为游客们的最爱。

“自热火锅比较有氛围感，我们围了很多，露营的时候会拿一些来吃。其实也可以叫外卖，这边露营产业链很发达了，外卖可以直接送进来。这里面还有很多卖冰激凌、简餐的摊位，吃饭不用担

心。”有游客向记者介绍。

一些游客还自带简易版液化气瓶、各类锅具、茶壶等。“这些在网上搜索露营关键词都会出来，我们买了几样比较新奇的产品，主要是为了体验。现在马上到暑期，孩子们很喜欢户外活动，露营属于比较简单就能实现的。既不用走出去太远，也不需要花费太多时间、金钱。”有游客告诉记者。

市场潜力巨大

美团数据显示，今年端午期间，“露营+萌宠”“露营+玩水”“露营+烧烤”等跨业态玩法持续出圈，美团平台上的“露营+”吃喝玩乐订单量同比增长超120%。

《提振消费专项行动方案》提到，稳步推进服务业扩大开放。扩大电信、医疗、教育等领域开放试点。聚焦居民消费升级需求，推动露营、民宿、物业服务、“互联网+医疗”等服务消费条目纳入鼓励外商投资产业目录。

艾媒咨询调研数据显示，2024年中国露营经济核心市场规模达到2139.7亿元，预计2025年中国露营经济核心市场规模将上升至2483.2亿元，带动市场规模将达14402.8亿元。

记者还走访了多个知名户外品牌线下连锁店，走访发现，露营类产品销售量激增。线下门店基本将这类产品摆在最显眼的位置。

“暑期是帐篷类产品最热销的节点，现在已经进入销售旺季，目前促销活动也很多。端午假期，帐篷、露营桌、露营椅等产品销量整体较好。”记者在北京一家线下户外产品门店调研了解到。

经典IP保驾护航

端午档票房同比显著增长

●本报记者 杨梓岩

据灯塔专业版数据，截至6月2日18时，2025年电影端午档（5月31日至6月2日）总票房已达4.45亿元，较去年端午档的3.83亿元显著增长。端午档第二日恰逢“六一”儿童节，当日大盘票房时隔84天再度突破2亿元，也是中国影史“六一”档票房第三次突破2亿元。目前《碟中谍8：最终清算》《时间之子》《哆啦A梦：大雄的绘画奇遇记》位列端午档票房前三名。

另外，2025年电影暑期档（6月1日至8月31日）已正式开启，暑期档历来是全年电影市场的重要阵地。记者梳理发现，目前2025年暑期档已有55部影片定档，国产片类型丰富，喜剧、奇幻与动画构成主力军。

今年端午档影片题材丰富、类型多样，满足电影观众多元需求。截至6

月2日18时，引进片《碟中谍8：最终清算》以2.22亿元累计票房成绩领跑端午档，《时间之子》《哆啦A梦：大雄的绘画奇遇记》分别以7637万元、6691万元票房成绩位居端午档票房榜第二、三名。

灯塔专业版数据分析师陈晋对记者表示，经典IP为端午档保驾护航，成为档期票房支柱。其中，《碟中谍8：最终清算》累计票房超过《我的世界大电影》登顶2025年进口片票房榜，2021年至2024年连续4年夺得“六一”档票房冠军的《哆啦A梦》系列电影今年发挥依旧稳定。端午档热映影片还包括科幻片《星际变种》，惊悚片《红嫁衣》《午夜电梯》，剧情片《我在等，风也在等》，悬疑片《私家侦探》等。

陈晋表示，上海市端午档票房份额上升至7.5%表现突出，主要由于《碟中谍8：最终清算》在上海市票房表现突出，贡献上海市端午档六成以上票房。此外，一线城市、华东地区和西南地区较去年端午档票

房提升明显。

端午假期恰逢“六一”儿童节，合家欢动画电影也成为今年电影端午档的重要组成部分。陈晋表示，受“六一”儿童节的影响，今年端午档也是继2016年端午档后多人观影比例最高的家庭观众占比突出。

今年端午档热门影片背后不乏上市公司的身影。《时间之子》出品方包括猫眼娱乐、中国电影参与发行；《碟中谍8：最终清算》《哆啦A梦：大雄的绘画奇遇记》由中国电影引进并发行。猫眼娱乐参与出品发行的影片还有《私家侦探》。

暑期档新片值得期待

目前，2025年电影暑期档（6月1日至8月31日）已正式开启，暑期档历来是全年电影市场的重要阵地。记者梳理发现，目前2025年暑期档已有55部影片定档。国产片类型丰富，喜剧、奇幻与动画构成主力军。

姜武、王志文主演的战争历史片

《731》、马伯庸小说改编的《长安的荔枝》、高口碑动画剧集《中国奇谭》的衍生作《浪浪山小妖怪》等影片市场期待值较高。进口片方面，环球影业真人电影《新·驯龙高手》、成龙主演《功夫梦：融合之道》也将陆续登场。

从淘票票想看人数来看，目前已定档影片中，战争历史片《731》超26万人想看，《新·驯龙高手》超15万人想看，《长安的荔枝》超4万人想看，《浪浪山小妖怪》超2.7万人想看。

上市公司布局方面，《长安的荔枝》出品方包括猫眼娱乐、万达影业。《浪浪山小妖怪》出品方包括猫眼娱乐、哔哩哔哩。猫眼分析师赖力表示，暑期档已定档影片类型多样，且还有多部体量较大的中外新片有望在今年与观众见面，后续电影市场表现令人期待。陈晋表示，随着更多中外重点影片加入排片，期待有爆款影片出现，带动市场回暖，为暑期档打下良好基础。

“端午假期已经没有帐篷可以租到了，预定成功的客户基本是放假前一周预定的。标准帐篷可以容纳6至8人，4小时198元，如果借电烤炉，另外收取138元，食材自备。假期一般都会满员，平时周六日也要提前预定。”记者在南苑森林湿地公园走访时，一家主打露营烧烤的门店告诉记者。

如今，露营烧烤已经成为很多人的假期必选项之一。记者随机采访了几位正在进行露营烧烤的游客，多位游客告诉记者，放假前一周就计划来这里露营烧烤。

露营经济对消费的拉动力不可小觑。在南苑森林湿地公园走访过程中，记者看到，租用的露营场地收费标准基本是4小时起步，家庭聚餐类帐篷收费在200元至400元不等，容纳几十人的巨型帐篷收费普遍在1000元以上。

“食材是我们一早去新发地市场买的，新发地有串好的各类肉串，调料也很全。我们两家一起租这个帐篷，用一个烤架，自购肉串，比较划算。”有游客告诉记者。

记者看到，一些露营门店还配备了饮料、烤肠、棉花糖、爆米花、扑克等商品，销量可观。

另外，端午期间，公园里不少民俗摊位也增加了露营的趣味性。扎染工艺的小推车、可以手工磨制豆浆的石磨摊、手绘扇面的小铺……让游客纷纷驻足。