

人财两旺

# 元旦假期广东文旅 两项核心指标位居全国首位



新快报讯 记者黄闻禹报道 元旦假期广东全省接待游客 1787.5 万人次,日均同比增长 34.8%,实现旅游收入 99.8 亿元,日均同比增长 39.8%。日前,记者从携程集团发布的《广东省 2026 年元旦旅游市场报告》获悉,元旦期间,广东省在线旅游市场表现强劲,OTA 接待人次同比 2024 年元旦增长 76.3%,旅游消费金额同比增长 102.4%,消费增速显著高于人次增速,显示出市场活力与消费潜力的双重提升。同时,广东省在人次和金额两项核心指标上均位居全国省份首位,充分彰显了其作为全国旅游大省的市场地位和综合吸引力。

入境客源市场方面,2026 年元旦期间,广东省入境旅游市场实现强劲复苏,入境游客人次同比 2024 年元旦增长 144.3%,入境游消费同比增长 172.9%。

入境游消费增幅显著高于人次增幅,反映出入境游客消费能力持续提升,广东省在国际旅游市场的吸引力和竞争力进一步增强。

境内客源市场方面,2026 年元旦期间,广东省在线旅游市场客源结构呈现省外游客主导态势,省外游客占比达 55.0%,省内游客占比为 45.0%。相较于 2024 年元旦,省外客源市场的吸引力持续增强,广东作为全国热门旅游目的地的辐射力进一步扩大,跨省旅游市场活跃度较高。

从门票产品上看,2026 年元旦假期,广东省景区门票产品订购人次同比 2024 年元旦增长 412.2%,消费金额同比增长 436.5%,市场规模实现大幅跃升。金额增幅高于人次增幅,显示出游客对高品质景区体验的需求持续释放,广东省景区产品的市场吸引力和消费活力显



▲2026 年全国首笔以旧换新“国补”订单花落广州。

◀长隆度假区烟花秀。

著增强。

从景区选择上来看,广东省热门景区呈现多元化格局,广州长隆度假区以 15.6% 的人次占比位居首位;海龟湾以 14.1% 占比跃居第二,为新晋热门景区。值得关注的是,南越王博物院(王墓展区)和赤坎·广东华侨国际旅游度假区分别以 13.9% 和 12.6% 的占比位列第三、第四,较 2024 年元旦排名大幅跃升,显示出文博类和侨乡文化旅游产品受到游客青睐。

此外,从度假产品上看,2026 年元旦期间,广东省度假产品市场实现爆发式增长,订购人次同比 2024 年元旦大幅增长 347.2%,消费金额同比增长 297.7%。度假产品市场规模的快速扩张,显示出游客对品质化、组合式旅游产品的需求持续释放,度假市场已成为广东旅游消费的重要增长极。

## 广州人气旺、消费热 1-3 日全市消费比去年同期增长 15.7%

新快报讯 记者陆妍思 通讯员穗商务宣报道 2026 年元旦假期,广州响应 2026“购在中国”暨新春消费季和“粤享暖冬乐游广东”消费季工作部署,集中推出一系列惠民政策和特色活动,消费市场持续活跃。记者从广州市商务局获悉,1-3 日,全市消费比去年同期增长 15.7%。其中,饮料、通讯器材、化妆品、服装等同比增势显著,分别达 110%、85.6%、55.4% 和 18.9%。餐饮业增长 18.9%。

### 以旧换新国补“双首单”落地

1 月 1 日零时,广州启动 2026 年消费品以旧换新补贴政策,覆盖家电、数码智能产品、汽车 3 大类 203 小类产品。广州京东 Mall 诞生全国首单线下数码产品国补消费,广汽埃安完成全国首单汽车国补核销。广百电器、苏宁易购等企业推出“国补+企补+满减”三重优惠,形成“政策引导、万企联动”的消费热潮。

“新年零点一过就下单了!”在广州京东 Mall,吴女士兴奋地展示订单。她购买的原价 5999 元手机,在享受各项优惠及补贴后,实际支付仅 4849 元。

同时,广州启动“食在广州”餐饮消费券活动,市民游客通过银联云闪付、美团、抖音等多个平台领取使用优惠,推动商旅文体健相互赋能。

### 重点商圈人气消费双旺

1 月 1 日至 3 日,天河路商圈总客流超 270 万人次,比去年同期增长 25.4%。

其中正佳广场元旦当日客流超 28 万人次,同比上涨 47%,创历史新高,销售额同比上涨 22%。

北京路商圈以“文明集市”为主题,广大游客在集市购特产,在大佛寺里叹咖啡。元旦假期,北京路步行街累计客流量 176.5 万人次,比去年同期增长 37.3%。

长隆-万博商圈依托长隆旅游度假区客流优势,启动“商场真好逛狂欢季”主题活动,餐饮、零售、住宿、游乐等全品类商户优惠同步上线,各商场配套推出主题活动。1-3 日,长隆-万博商圈总客流量 206.9 万人次,增长超 10%。

在上下九商圈,永庆坊将骑楼古街风貌与节日氛围相融,推出非遗体验、民俗展演等活动。而广州酒家文昌总店在节前焕新复业,同步启动国内首家“活态传承”粤菜博物馆试运营,成为“文化+餐饮”的消费新亮点。

### 提供多元融合消费体验

除了各大商圈外,广州各大旅游景

点也推出活动吸客。广州海心沙“IN-NO 嘉年华”打造“日间休闲+夜间娱乐”全时段空间,涵盖 16 台大型搭乘游乐设施与 108 台嘉年华竞技游戏,并引入 100 家全球美食品牌矩阵、超 50 个国际快闪商店,为市民游客带来互动感满满的消费体验。

岭南印象园的《岭南千灯会》元旦夜场亮相,进一步丰富了夜间消费场景供给,助力夜间经济升温。长隆欢乐世界打造“梦幻乐园跨年派对”,成为年轻群体与亲子家庭热门选择;融创乐园结合冬季特色,推出系列互动体验活动,以多元化游乐场景承接节日客流。

广州萤火虫动漫嘉年华以全新主题“萤火庙会”为核心打造萤光游乐园,展馆内精心布置灯笼长廊、新年祈愿树等充满传统节日气息景观,以光影特效与趣味游玩项目为市民提供新颖跨年体验。活动提供超 200 场商旅文融合活动,吸引超 20 万人次参加,其中近半为省外游客。

### ▶链接 荔湾区各重点景区接待游客达 124.85 万人次

新快报讯 记者谢源源 通讯员荔宣报道 元旦假期,荔湾区凭借丰富的文旅资源与深厚的文化底蕴,成为游客打卡的热门地。据统计,荔湾区各重点景区共计接待游客高达 124.85 万人。

元旦假期期间(1 月 1 日至 1 月 3 日),全区旅游消费市场呈现持续升温态

势。据初步测算,元旦假期在荔湾旅游消费人数达 170.37 万人次,同比增长 11.11%,旅游消费总额同比增长 44.16%。荔湾各星级宾馆累计接待旅客量同比增长 47%,中高端精品酒店接待旅客量同比增长 36%,备案民宿接待旅客量同比增长 100%。

### 元旦假期

#### 国铁广州局

发送旅客 737.8 万人次

新快报讯 记者许力夫 通讯员张晓敏 黄瑜楚报道 记者从国铁广州局获悉,2026 年元旦假期客流迎来大幅攀升,旅客运输量再创新高。1 月 1 日至 3 日,国铁广州局累计发送旅客 737.8 万人次,较去年同期增加 274 万人次、增长 59.1%,刷新元旦假期客流历史纪录。其中 1 月 1 日迎来客流峰值,当日发送旅客 294.2 万人次,假日期间运输秩序平稳有序。

数据显示,假日期间国铁广州局高铁发送旅客合计 626.4 万人次,占比 84.9%;普速列车发送旅客 111.4 万人次,占比 15.1%。客流分布呈现显著集中特征,发送量前三的车站是广州南站、深圳北站、长沙南站,分别发送旅客 101.8 万人次、79.1 万人次、55.6 万人次;发送量前三的线路为广深港高铁、京广高铁、杭深线,分别发送 105.2 万人次、99.3 万人次、54.2 万人次。值得关注的是,广深港高铁在 1 月 1 日高峰时段发送跨境旅客 13.1 万人次,同比增长 36.8%,客流主要往返于深圳、广州与香港西九龙之间,跨境出行需求旺盛。

### 广东高速出行“火热”

入省车流同比增长超 40%

新快报讯 记者许力夫报道 元旦假期高速路车流旺盛,广东省交通运输厅发布数据显示,元旦期间(1 月 1 日 0 时至 1 月 3 日 24 时)全省高速公路累计车流量约 2586.62 万车次,日均车流量 862.21 万车次,同比增长 10.86%。其中,出省累计车流量约 41.67 万车次,同比增长 14.98%;入省累计车流量约 45.35 万车次,同比增长 43.42%;粤港澳大湾区高速公路车流总量约 2167.06 万车次,同比增长 8.25%。

### 广州地铁线网

运客 3126 万人次

新快报讯 记者李佳文 通讯员梁恺文 樊茜瑜 管文婷报道 广州地铁公布统计数据,元旦假期(2026 年 1 月 1 日—1 月 3 日),广州地铁线网总客运量 3126 万人次,日均客运量 1042 万人次,相比去年同期增长 7.5%。

据统计,3 天假期中,广州地铁单条线路客运量最高为三号线(含三北) 536 万人次,其次为二号线 343 万人次。客运量排名前三的车站依然为大客流换乘站,依次为体育西路 130 万人次、嘉禾望岗 113 万人次、公园前 87 万人次。为有效保障市民假期出行,元旦假期三天地铁线网累计开行超 2.7 万列次。

另据统计,元旦假期三天,广州地铁集团广东城际累计发送旅客 59.8 万人次,日均发送量达 19.9 万人次。从线路来看,广惠、广肇城际铁路共发送旅客 42.5 万人次,广清、广州东环城际铁路共发送旅客 15.7 万人次,琶洲城际铁路发送旅客 1.6 万人次。