

中国大同旅游发展指数

2018 年三季度运行报告

中国经济信息社

二零一八年十月

中国大同 旅游发展指数

2018 年三季度运行报告

中国经济信息社
二零一八年十月

中国大同旅游发展指数编委会

主 任：徐玉长

副 主 任：苏会志

主 编：杨 苜 刘砺平

执行主 编：曹占忠 吕晓宇

执行副主编：元芳芳

编 辑：（按姓氏笔画）

马永春 李慧敏 魏琪瑛 白卫涛

王 蜜 杨 瑞 高 铭 武海珠

中国大同旅游发展指数专家委员会

厉新建 北京第二外国语学院旅游管理学院院长

王大成 中国科学院遥感与数字地球研究所研究员

马慧强 中国科学院地理与资源研究所旅游大数据博士后

刘志明 中国社会科学院旅游舆情智库首席专家

刘彦平 中国社会科学院财经战略研究院城市旅游研究员

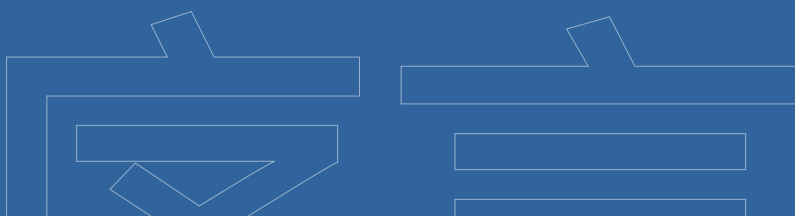
吴章先 中国电信云计算公司旅游大数据事业部总监

序言

全域旅游发展观念深入人心，全产业联动、全要素整合，全民化参与的全域化产业发展对文化和旅游产业的发展提出了新的目标要求。古都大同以“文化为魂，旅游为体”的融合发展模式引领旅游发展，实现文旅振兴的精准发力。

大同市坚持全景式规划推动全域化发展，突出全季节体验，打造四季旅游产品，着力提高服务质量和水平，坚持全区域管理优化大旅游发展环境，构建全产业发展的大旅游格局，推动全域旅游实现井喷式增长，一系列特色旅游活动的开展向世界展现中国传统文化之美，展示古都大同大不同的崭新风貌，展示历史文化名城的深厚底蕴，不断叫响大同旅游品牌。

本报告深度分析旅游大数据，从旅游综合发展指数、旅游景区网络关注度指数、旅游气候舒适度指数、大同蓝指数、客群画像等方面，对大同市旅游综合情况进行深度解读，为大同市旅游业的高效优质发展、全域旅游目的地智慧管理提供指导建议和决策参考。



摘要

大同旅游发展指数，是对旅游大数据一个高度凝练的结果，是衡量旅游热度的温度计，是大同旅游业发展的晴雨表和风向标，是提升大同旅游品牌影响力的数据罗盘。指数的评价模型是以游客为中心，从客流量热度、消费热度和关注热度三个维度，全面洞察游客游前、游中和游后行为。

指数运行

大同旅游业已驶入加速发展“快轨道”。综合指数结果显示：2017年以来，中国大同旅游发展指数呈波动性增长态势。尽管节假日仍是指数波动峰值的主要推动因素，但2018年以来非节假日的旅游热度也开始逐渐高涨。

2018年三季度，受暑期旅游旺季影响，大同旅游发展指数呈现持续性高涨态势。指数平均值为1297.79点，较去年同期上涨30.49。其中，8月4日指数达到三季度最高点1574.45点，较2017年三季度高峰值上涨30.92%。大同作为“中国最具潜力避暑旅游城市”之一，为游客提供丰富多彩的文化旅

游活动，加上暑期旺季，其夏季旅游达到了空前热度。

客流量热度方面，7-9月份大同市累计日客流量（市外游客）达到1941万人，日均市外客流量达到21万人，环比二季度增长27.83%，较2017年三季度同比增长34.09%，其中，最高市外日客流量达到36万人以上。

随着客流量的增加，大同旅游消费热度也持续高涨。2018年三季度，旅游消费热度在中秋及国庆假期期间出现明显峰值。旅游消费热度指数显示，截至2018年10月7日，指数值达到1595.21点，较基期上升59.5%。

大同旅游网络关注热度创历史新高。7-8月大同旅游整体关注潜力热度持续升温，关注潜力热度指数分别于7月22日和8月19日出现两次波动峰值。7月22日，受成龙国际动作电影周的影响，网络关注热度达到本季度的高峰值，指数高达3949.74点，已接近2017年国庆黄金周的关注热度高峰。

大同旅游发展指数



客群画像

· 三季度到大同旅游客群以 25-45 岁中青年游客为主，占到游客总量的 53.8%，受暑期及音乐节等年轻化的文化旅游活动影响，90 后游客明显增多；

· 客群以男性居多，约占来同游客的 66.51%，受暑期亲子游影响，女性游客比例有所提升，但是男女比例差距仍较大；

· 从游客来源地看，客群受地缘影响较大，以山西本省及内蒙古自治区、河北省、北京市等周边省市游客为主。其中，三季度山西省内客源较上季度明显增多，占比 33.04%，较二季度上升 9 个百分点；

· 来同游客仍最青睐 3 天以内的短线旅游，占比达 66.87%。相比二季度，三季度驻留 3 天以上的游客比例明显提升；

· 近八成游客自驾或者乘坐大巴出游，较上季度增长近 11%；

· 中等消费潜力游客居多。

其他指数分析

国庆期间，悬空寺关注热度最高，云冈石窟关注热度增长最为明显。“大同蓝”已成为游客来同出游的重要因素。三季度大同市气候舒适度指数和蓝天率都处于较高水平。蓝天率分别为 54.84%，45.16% 和 56.67%。大同市整体气候宜人，平均气温适中，空气质量良好，是人们休闲度假的优选。

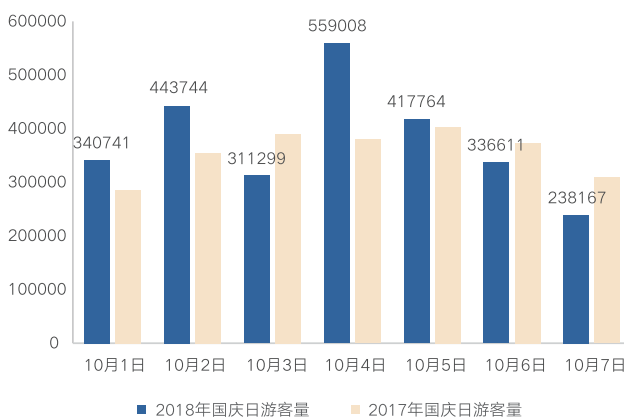
大同美食关注热度逐年提升。大同刀削面和浑源凉粉是家喻户晓的大同名吃，尤其是大同刀削面，

国庆黄金周旅游大数据观察

国庆期间大同旅游热度迅速拉升。基于云冈文化旅游活动季系列活动的宣传效应，今年国庆黄金周期间大同旅游热度已接近 2018 年春节。

旅游人次与收入均呈现井喷式增长趋势，分别同比增长 37.3%、37.52%。根据新华指数旅游大数据监测数据监测，市外日客流量最高突破 50 万人，较去年国庆峰值增长 38.59%，平均每日接待市外客流量达到 37.8 万人。

2017 年与 2018 年国庆黄金周客流量
(单位：人)



2015 年以来关注热度迅速高涨。而历年的国庆假日，也是大同美食关注热度的高峰期。

未来的大同古城旅游发展潜力十足。新华指数联合高德地图发布的《2018 中秋·国庆出游指数预测报告》显示，2018 年国庆期间，最受欢迎的景区 TOP10 中，古城景区已占到 40% 以上，古城旅游将成为出行的最热门选择之一。而大同作为十大古城之一，厚重的历史文化积淀，将推动文化旅游产业的迅速发展。



CONTENTS

目录

序言

摘要

中国大同旅游发展指数

总指数运行	08
子指数运行	19
客群画像	25

景区网络关注度指数

景区网络关注度指数	32
云冈石窟景区动态监测	40

气候舒适度指数和大同蓝指数

气候舒适度指数	42
大同蓝指数	44
蓝天适游率	44

大同美食指数	46
--------	----

第一章

中国大同旅游发展指数

总指数运行

指数走势：三季度大同旅游热度呈持续高涨态势

总体来看，2017年以来，中国大同旅游发展指数呈波动性增长态势。尽管节假日仍是指数波动峰值的主要推动因素，但2018年以来非节假日的旅游热度也开始逐渐高涨。大同旅游业已驶入加速发展“快轨道”。

2018年三季度，受暑期旅游旺季影响，大同旅游发展指数呈现持续性波动高涨态势。指数监测数据显示，三季度指数平均值为1297.79点，较去年同期上涨30.49%，8月4日指数达到三季度最高点1574.45点，较2017年三季度峰值上涨30.92%。整体说明，三季度大同文化旅游活动吸引游客效果显著。

市外客流量较去年同期显著增长。7-9月份大同市累计日客流量（市外游客）达到1941万人，日均市外客流量达到21万人，环比二季度增长27.83%，

较2017年三季度同比增长34.09%，其中，最高市外日客流量达到36万人以上。

旅游消费热度在中秋及国庆假期期间出现明显峰值。旅游消费热度指数显示，截至2018年10月7日，指数值达到1595.21点，较基期上升59.5%。

旅游网络关注热度不断创新高。2018年7-8月大同旅游整体关注潜力热度持续升温，关注潜力热度指数分别于7月22日和8月19日出现两次波动峰值。7月22日，受成龙国际动作电影周的影响，网络关注热度达到本季度的峰值，指数高达3949.74点，已接近2017年国庆黄金周的关注热度高峰。同时受暑期云冈文化旅游活动季宣传效应的影响，2018年国庆期间，大同网络关注热度达到2017年以来的历史峰值。



基期以来大同旅游发展指数走势

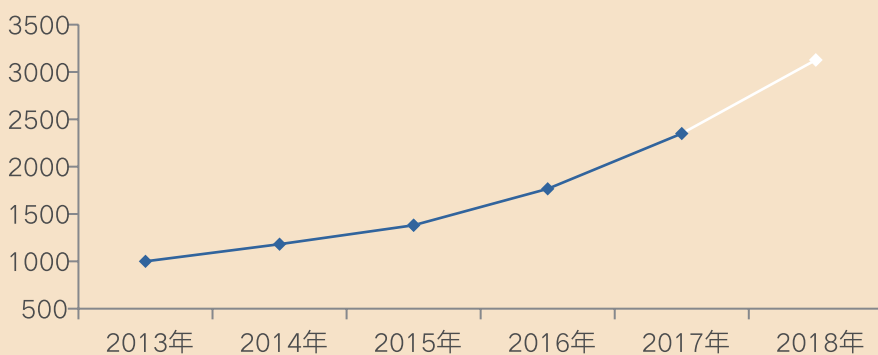
文旅振兴开启大同旅游发展新时代

转型发展，文旅先行。2018年大同市经济工作会上，省委常委、市委书记张吉福提出，要全面实施文旅振兴战略，要围绕建设国际一流全域旅游目的地的战略要求，全面推进文化旅游业提档升级，真正成为拉动地方经济的战略性支柱产业。

今年，大同市把文旅振兴列为全市“三大振兴”战略之一，全市旅游业呈现持续健康发展的良好态势。大同市旅发委数据显示，1-9月份全市接待国内旅游者5667.17万人次，同比增长28.35%，接待入境旅游者6.608万人次，同比增长11.56%，旅游总收入510.61亿元，同比增长28.57%。

根据年度大同旅游发展指数监测显示，2015年以来大同旅游业整体发展尤其迅速。以2013年为基期1000点，2017年大同旅游发展指数年度值已达到2350点，为基期的2.35倍，实现翻倍式增长。通过指数测算，预计2018年大同旅游发展指数年度值将为3127点，达到基期（2013年）的3.1倍，全年大同市接待国内外游客将达7000万余人次，旅游总收入将达到640亿元以上。

大同旅游发展指数（年度）

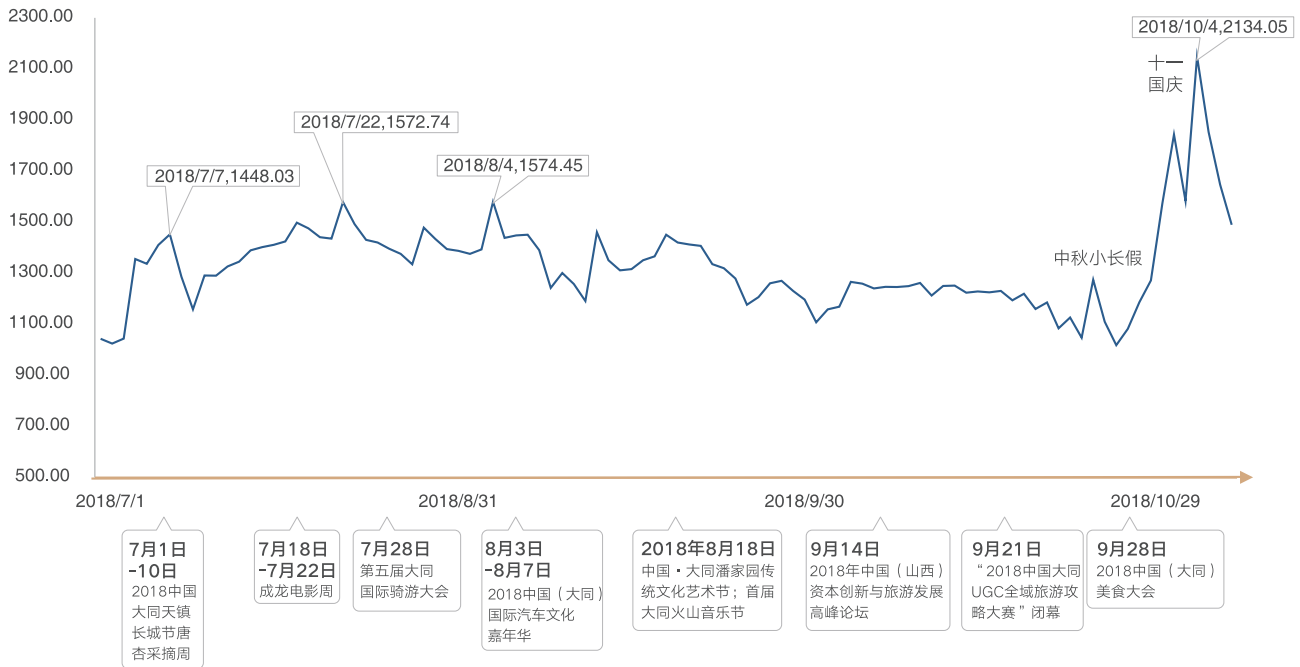


年份	旅游总收入 (亿元)	国内外游客人次 (万人次)
2013年	200.33	2355.83
2014年	238.7	2757.98
2015年	281.2	3201.07
2016年	363.3	4048.47
2017年	483.1	5391.08
2018年 (预测值)	642.4	7178.95

数据来源：大同市历年国民经济和社会发展统计公报，2018年数值为新华指数预测值。

指数监测：

“成龙国际动作电影周”等活动引爆旅游热度



三季度大同旅游发展指数

指数走势监测，不仅可以反映大同旅游的综合发展趋势，同时也能通过数据点的监测，反映旅游相关事件及各种活动对旅游热度的影响程度。

云冈文化旅游活动季期间，大同旅游热度小高峰不断。指数波动显示，从7月云冈文化旅游活动季开始，指数逐渐走高，并于8月4日达到季度高峰值。受暑期结束的影响，8月下旬开始旅游热度有所下降。9月份，除了中秋小长假有旅游小高峰外，总体旅游热度回落。

成龙电影周和2018中国（大同）国际汽车文化嘉年华将本季度的旅游热度推向了两个高峰点。

7月22日成龙电影周闭幕，旅游发展指数达到了1572.74点，来同的市外游客量达到29.69万人，“大同市”单日网络搜索量接近9700次。国际汽车文化嘉年华期间，8月4日指数值为1574.45点，接待市外游客量达到36.24万人。

国庆节假期期间来同市外日客流量突破50万人，旅游热度已接近2018年春节。10月初国庆假期期间，大同旅游热度迅速拉升。10月4日指数达最高值2134.05点，较去年国庆高峰值上涨27.23%，接近2018年春节的高峰值2200.31点。10月1日—7日，大同平均日市外客流量达到37.8万人，较去年日均值增长2万多人，10月4日最高日客流量达到55.9万人，较去年增长38.59%。

· 7月份，云冈文化旅游季开始，便引来一波旅游热度小高峰，7月7日，指数到达1448.08点，当日接待市外客流达到26.66万人。

· 7月18日-22日，受成龙电影周影响，指数持续在1400-1800点之间，热度持续高涨，并于7月22日电影周闭幕日达到峰值1572.74点。成龙电影周活动有力的促进了大同城市品牌的宣传力度。

· 8月4日，指数达到三季度峰值1574.45。8月3日-8月7日，“2018中国（大同）国际汽车文化嘉年华”活动对游客尤其是中青年游客吸引能

力较强，为大同带来了大批的25—45岁的中青年游客，大大推动了暑期旅游热度的高涨。

· 9月1日—19日，开学季来临，25岁以下游客占比恢复至6月下旬水平，来同游客数量较少，指数较为稳定平缓。

· 中秋（9月22日—24日）佳节前后，指数小幅上涨并形成波峰。中秋节是我国传统节日，距离国庆长假较近，大众选择外出旅游的意愿不是很强烈。

文化和旅游部：2018年中秋假日全国接待国内游客9790万人次

短程家庭出游占比高，民俗旅游农业旅游备受青睐。中秋位于暑期旅游旺季和国庆长假期间，中远程出游减少，短程家庭出游占比高。各地名胜大川、古镇老街等富有传统民俗特色的旅游目的地迎来大量周边游客。首届“中国农民丰收节”开幕，农业旅游成为新亮点。

指数预警：

四季度大同旅游指数将运行平缓，波动较小

综合旅游季节性因素和指数模型预测，四季度大同旅游热度环比三季度将有所回落。但受大同万龙白登山滑雪场等冰雪旅游项目的启动运营，大同冬季旅

游热度较去年同期仍将有 25% 以上的增长率。

波动性方面，因没有大的法定节假日，四季度大同旅游指数走势将较为稳定平缓。

指数精准预测 2018 年国庆期间来同市外客流量

2018 年 9 月 28 日，在中国（大同）美食大会上，新华指数旅游大数据预测 2018 年国庆期间大同旅游人气将创历史新高，日客流量（市外游客）最高将达到 50 万人以上，而十一当天同城区的拥堵里程将是平日的 7 倍。

2018 年 10 月，通过采集移动运营商位置数据，结果显示 10 月 4 日来同市外日客流量达到 55.9 万人，与预测值相比误差为 9%。

2018 年 10 月 1 日 -7 日 来同市外日客流量表（单位：人）

	10月1日	10月2日	10月3日	10月4日	10月5日	10月6日	10月7日
日客流量 (市外)	340741	443744	311299	559008	417764	336611	238167

数据来源：移动运营商位置数据

大同开启冰雪度假新时代

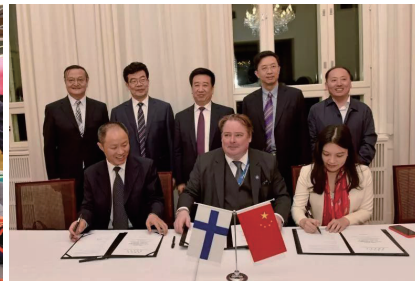
大同全力推进冰雪项目建设，发展冬季旅游。



2017年12月29日，大同万龙白登山雪上运动项目启动，是大同万龙白登山国际旅游度假区的重要组成项目之一，是大同市首家大型专业滑雪场。—来源：新华网



2018年4月23日，副省长张复明在市委副书记、市长武宏文等陪同下深入大同万龙滑雪场调研。—来源：大同日报



2018年3月26日，大同中芬启迪冰雪体育中心项目在芬兰大使馆邸正式签约。—来源：大同市政府网

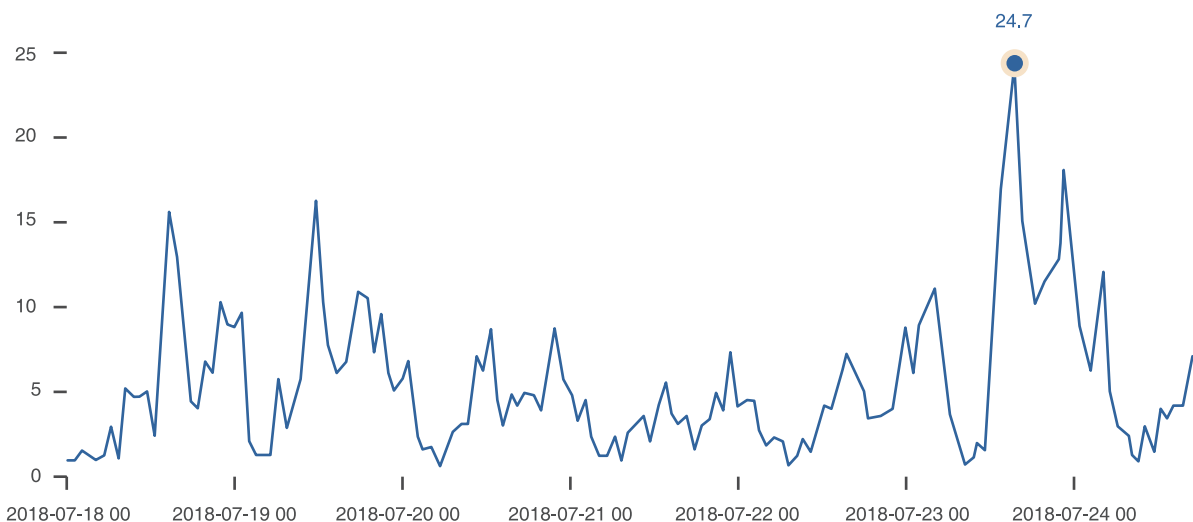
专栏 1-1 “成龙国际动作电影周”及城市传播影响力

7月18日至22日，第四届“成龙国际动作电影周”在山西省大同市举办。本届电影周将举办地定在大同市，以“汇聚英雄，天下大同”为主题，表彰为世界动作电影做出杰出贡献的电影人。

舆论多认为，本届电影周相关活动立足大同本土文化，内容多形式呈现、媒体多维度报道、网友互动式参与，取得良好传播效果的同时，极大地提升了大同市的知名度和影响力。网友有关第四届“成龙国际动作电影周”相关话题的友好度反馈高达98%以上。

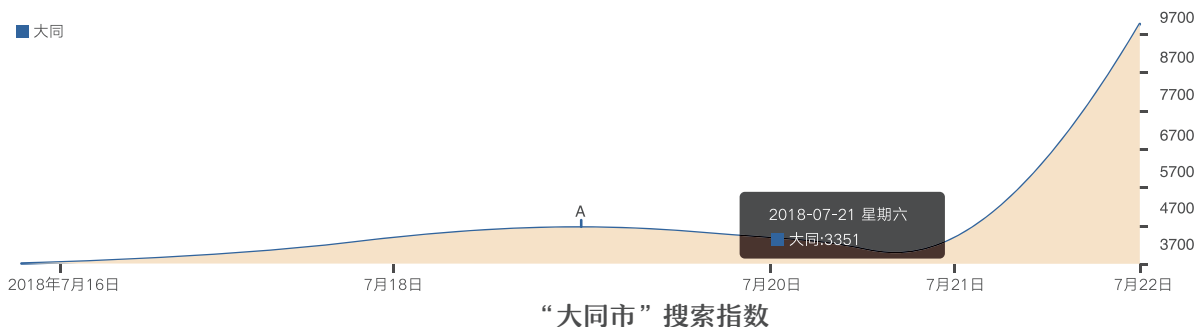
热度指数：网友关注过亿次

在指定时间范围内（7月18日——7月24日），以第四届“成龙国际动作电影周”为关键词，本时间段内，从热度指数的变化趋势来看，热度在7月23日22时达到峰值。



第四届“成龙国际动作电影周”热度指数

同一时间段，在全国范围内，以“大同市”这一关键词的PC端与移动端整体搜索趋势表现为，随着电影周相关活动的不断开展，“大同市”搜索量不断提升，并于22日达到峰值，且单日搜索量接近9700次，这与电影周的热度指数呈正相关趋势。



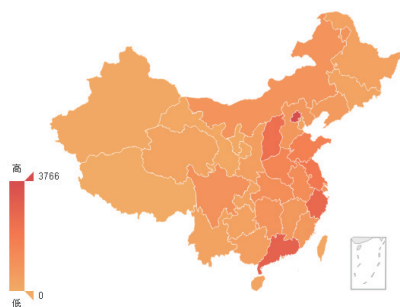
“大同市”搜索指数

由电影频道融媒体中心在新浪微博发起话题#成龙国际动作电影周#获得了1.7亿次的阅读量，引发39万余条讨论。



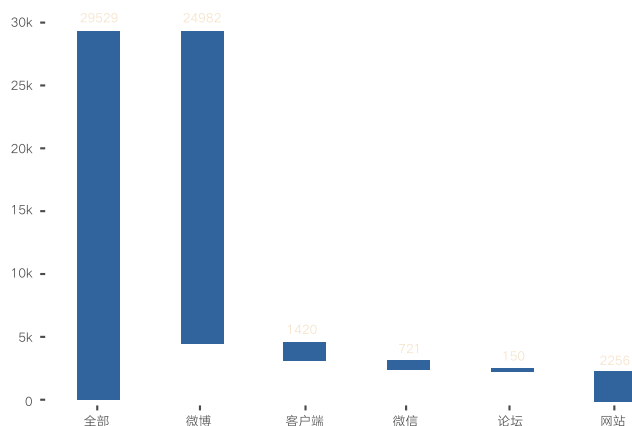
地域分布：吸引一线城市、地区网友关注

从网友活跃地域来看，第四届“成龙国际动作电影周”的网友声量前三名分布于北京（3766条）、广东（2854条）和浙江（2638条）。作为此次活动的主办地省份，山西位居第四（2269条）。



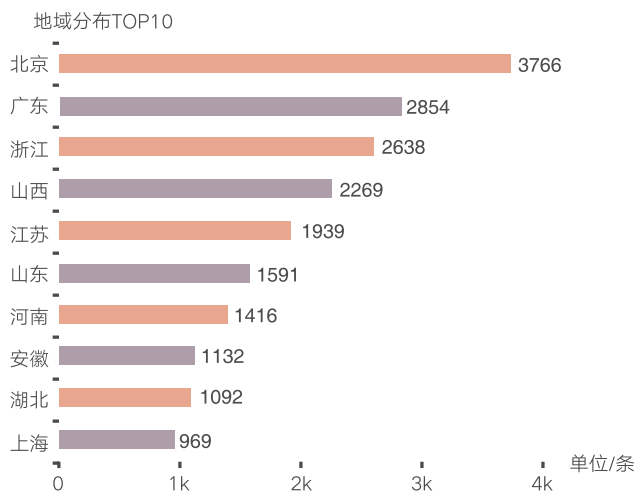
信息来源：自媒体平台成主发力端

在本时间范围内，第四届“成龙国际动作电影周”相关信息在微博、客户端、微信、论坛以及网站（新闻、政务、报刊、网站、博客、外媒、视频）上的声量分布（指话题数量）情况。



第四届“成龙国际动作电影周”声量分布

据第四届“成龙国际动作电影周”的声量分布图显示，活动开展期间，微博成为此次活动发声的主战场，声量发布达到24985条，占比接近85%。



第四届“成龙国际动作电影周”地域关注分布

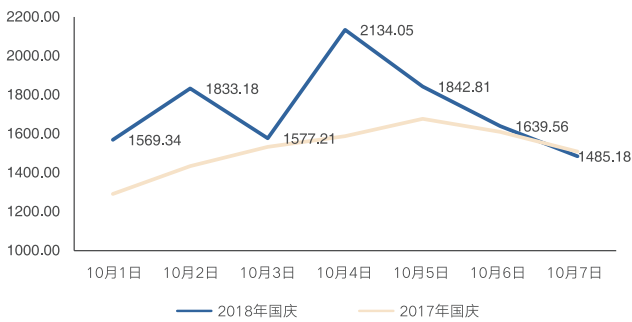
专栏 1-2 国庆黄金周旅游大数据分析

指数监测：

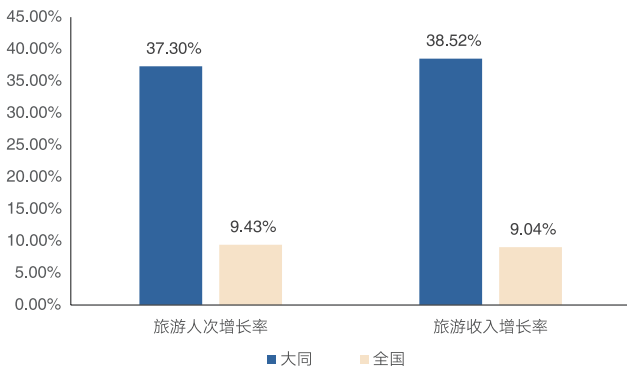
国庆期间大同旅游热度迅速拉升

指数监测显示，2018年国庆黄金周期间，大同旅游发展指数在1450-2200点之间的高位运行。10月4日指数达最高值2134.05点，较2017年国庆高峰期增长27.23%，已接近2018年春节的高峰值2200.31点。

2017年与2018年国庆黄金周指数走势



旅游人次与收入均呈现井喷式增长趋势。据大同市旅发委数据统计，国庆黄金周期间，大同市共接待游客897.67万人次，同比增长37.3%，实现旅游收入40.94亿元，同比增长38.52%。其中，一日游游客673.25万人次，同比增长37.23%；过夜旅游者224.42万人次，同比增长37.51%。

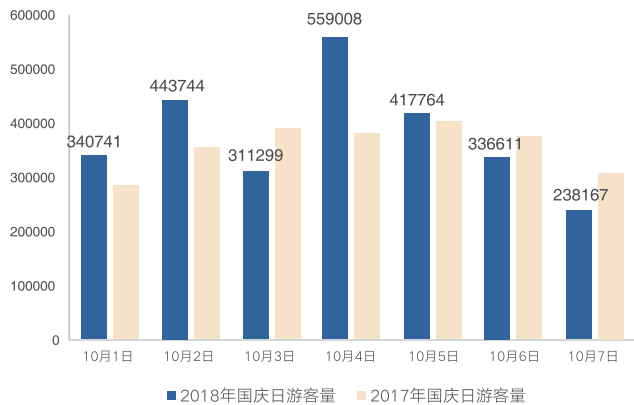


市外日客流量最高突破50万人，较去年国庆高峰期增长38.59%，平均每日接待市外客流量达到37.8万人。10月1日—7日，累计来同市外日客流量达到264万余人，平均日市外客流量达到37.8万人，较去年日均值增长2万多人。其中，10月4日最高日客流量达到55.9万人，较去年国庆高峰期增长38.59%。

10月1日-7日来同（市外）游客量（单位：人）

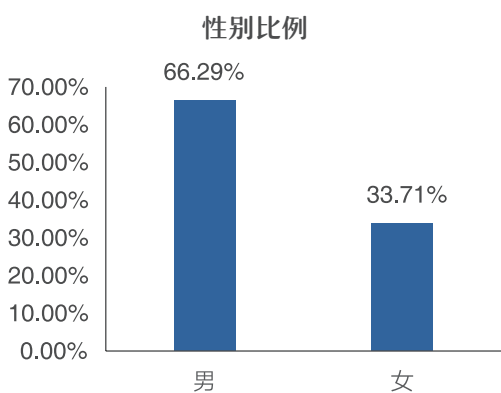
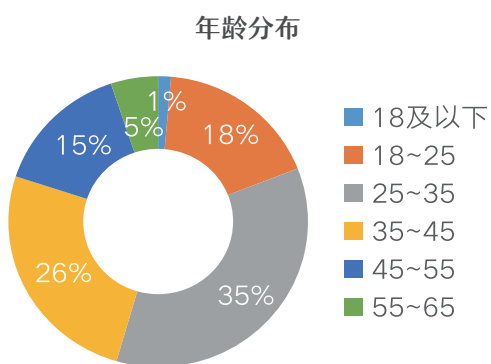
日期	日游客量	日流入量	日流出量
2018年10月1日	340741	150156	67962
2018年10月2日	443744	134881	105500
2018年10月3日	311299	151418	128560
2018年10月4日	559008	189662	206731
2018年10月5日	417764	85018	134381
2018年10月6日	336611	63643	126856
2018年10月7日	238167	44681	100806
累计	2647334	819459	870796

2017年与2018年国庆黄金周日客流量（单位：人）



游客画像：

年龄以 25-45 岁的中青年游客为主，平均比例达到 60%，较 7-9 月份提升 6.2 个百分点。游客仍然以男性为主，占比达到 66%。

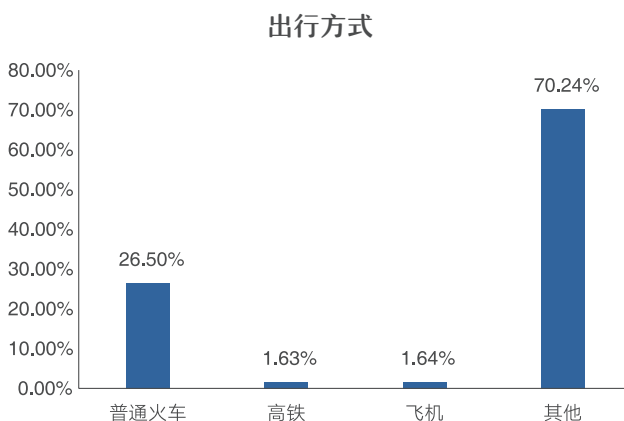


主要选择 3 天以内的短期游，占比 74.3%。平均停留时长为 2.83 天，较三季度平均停留时长变短。

停留时长	3 天以下	3-5 天	6-10 天	平均停留时长(天)
三季度	66.87%	18.95%	14.18%	3.23
国庆期间	74.30%	18.95%	7.94%	2.83

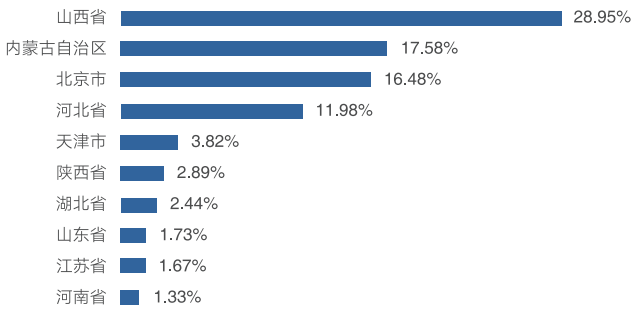


七成游客选择自驾游或者大巴出游，其次为普通火车。

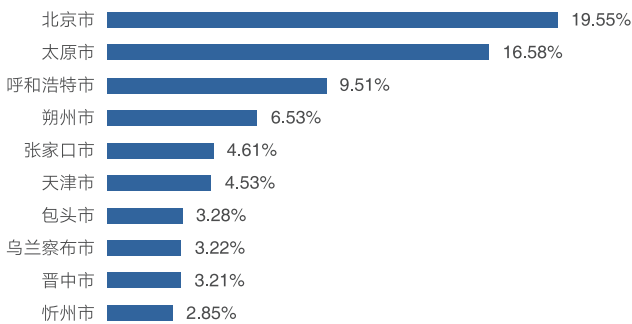


来同市外游客以山西省内客源为主，七天共计 76.6 万人，占比达到 28.95%。其次为内蒙古自治区 46.5 万人、北京市 43.6 万人、河北省 31.7 万人，客源共计占比 46.04%。就来源地市看，北京、太原和呼和浩特三个城市的客源最多，共计 101.79 万人，占比 45.63%。

客源地省份



客源地市



大同文化旅游活动引爆假日旅游市场

国庆黄金周期间，大同市举办了一系列精彩纷呈的文化旅游活动。9月30日至10月3日，2018大同古城国庆联欢晚会在鼓楼剧场开场；9月28日开幕的2018中国（大同）美食大会，通过多种形式以旅游美食推介为载体，展示大同“美食之城”风采，为游客推荐各具特色的优质大同美食，更有“全城品鉴”、“全城最萌小吃货抖音大赛”等活动相继推出；10月1日-7日，大同方特欢乐世界特推出“国庆享欢乐 全家游方特”主题活动，其中包括“秀国粹、赢好礼”、“民族大联欢 燃情火把节”、“奏响祖国走向辉煌”等多种活动。精彩纷呈的文化旅游活动成为大同市国庆黄金周期间的亮点。

新华指数联合高德地图发布的《2018中秋·国庆出游指数预测报告》中预测全国最受欢迎的十大博物馆和十大主题乐园。其中，方特乐园在最受欢迎的十大主题乐园中占比达到40%。



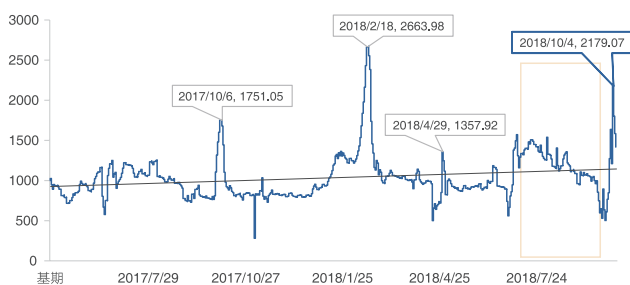
子指数运行

大同旅游发展指数主要由游客流量热度、旅游消费热度和关注潜力热度三个大部分组成，精确解读大同旅游发展状况。

游客流量热度：7-8 月份游客流量热度持续高涨

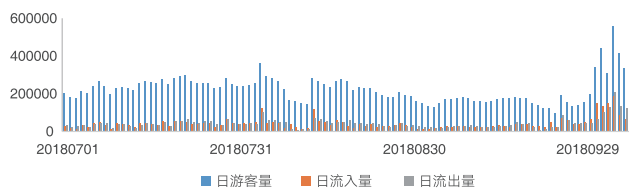
7-8 月份游客流量热度呈现持续高涨态势。7-8 月份，受暑期旅游旺季及云冈文化旅游活动季的影响，来同市外游客流量热度持续升温，9 月份热度有所回落。游客流量热度指数显示，7-8 月份指数基本维持在 1200 点以上，9 月份游客热度指数呈下降态势，并在中秋节后 9 月 27 日达最低点。随后由于国庆节的到来出现反弹，在 10 月 4 日攀升至最高点 2179.07 点。

游客流量热度指数



季度日均市外客流量达到 21 万人，较去年同期增长 34.09%。

7-9 月份累计日客流量（市外游客）达到 1941 万人，日均市外客流量达到 21 万人，环比二季度增长 27.83%，较去年同期增长 34.09%，其中，市外日客流量最高达到 36 万人以上。



三季度来同市外游客流量

数据来源：移动运营商位置数据

游客平均停留时长历史变化趋势不大。三季度来同市外游客平均停留时长为 3.23 天，与 2017 年三季度平均值基本持平。来同游客仍然以短期旅游为主，旅游停留三天以下的游客占比高达 66.87%。

旅游消费热度： 中秋及国庆假期期间出现明显峰值

旅游消费热度指数，是由游客平均刷卡频次与平均消费潜力等级两个指标加权计算得出。

2017 年以来，来同游客的旅游消费热度呈波动上升态势。2018 年三季度，旅游消费热度在中秋及国庆假期期间出现明显峰值。

旅游消费热度指数显示，截至 2018 年 10 月 7 日，指数值达到 1595.21 点，较基期上升 59.5%。

“十一”黄金周旅游消费观察：超过 90% 的游客参加文化活动

据中国旅游研究院调研数据，国庆期间，全国超过 90% 的游客参加了文化活动，超过 40% 的游客参加了 2 项文化游览活动。

前往博物馆、美术馆、图书馆和科技馆的游客超过 40%，37.8% 的游客花在文化游览上的时间为 2 天至 5 天。

驴妈妈平台数据显示，国庆期间，文化类景区门票、文化展演类产品的预订量增幅最大，文化类景区整体预订量同比增长超过 36%，圆明园、故宫博物院、秦始皇陵兵马俑人气爆棚，博物馆同比增长 30%，遗产类景区同比增长 42%，文化展演类产品同比增长 51%。

——来源：中国文化报



旅游消费热度指数趋势图

关注潜力热度：

大同旅游网络关注热度创历史新高峰

关注潜力热度指数，是由互联网搜索量数据计算得出，表现了游客出游前及出游中对景点相关信息的关注趋势。

2017 年以来，大同旅游网络关注热度不断创下新高峰。随着大同旅游业的快速发展，2017 年以来大同旅游相关关键词的网络关注度呈不断上升的趋势，尤其是 2018 年以来，关注热度不断创下新高峰。

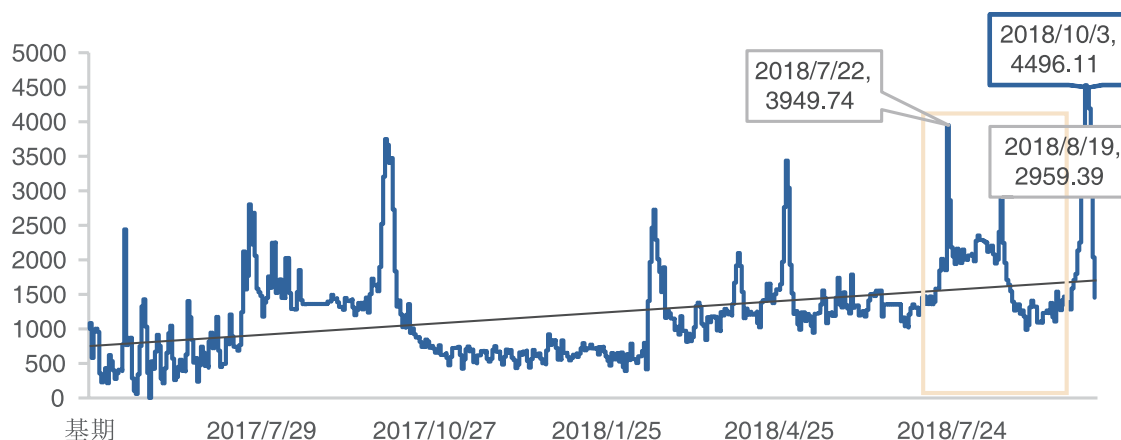
7-8 月大同旅游整体关注潜力热度持续升温。指数监测结果显示，7-8 月大同旅游相关关键词关注潜力热度指数持续高涨，整体关注热度持续升温，至 9 月份指数下降，关注热度有所回落。

2018 年国庆期间，网络关注热度达到 2017 年以来的历史高峰值。2018 年 10 月 3 日，关注潜力热度指数达到 4496.11，较基期上涨 349.6%，创下了 2017 年以来的关注热度高峰。

关注潜力热度指数分别于 7 月 22 日和 8 月 19 日出现两次波动峰值。7 月 22 日，受成龙国际动作电影周的影响，网络关注热度达到本季度的高峰值，指数高达 3949.74 点，已接近 2017 年国庆黄金周的



关注热度高峰。8 月 19 日，受中国·大同潘家园传统文化艺术节、首届大同火山音乐节等活动的影响，网络关注热度指数达到 2959.39 点，为本季度的第二大高峰值。



基期以来大同旅游关注潜力指数

2018年8月18日，中国·大同潘家园传统文化艺术节盛大开幕，此次活动向世界展现了中国传统文化之美，展示了中华文化艺术匠心之精彩，展示了古都大同大不同的崭新风貌，展示了历史文化名城的深厚底蕴。



中国大同旅游发展指数 2018年三季度运行报告

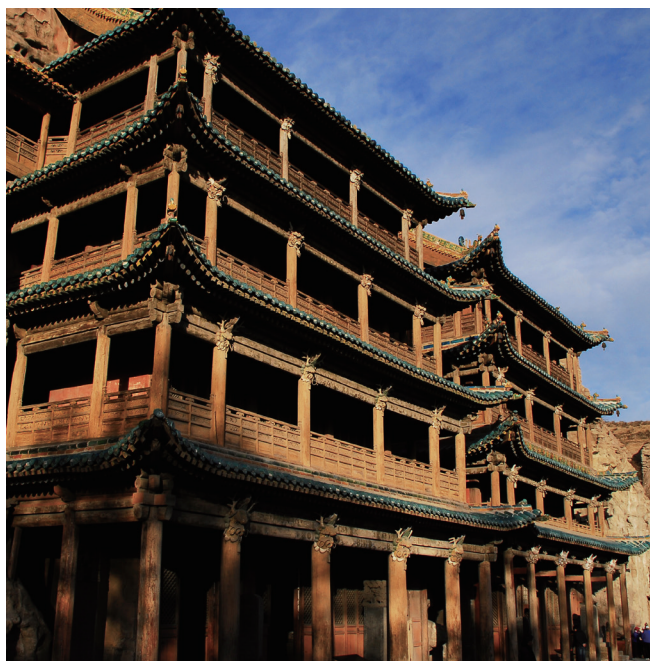
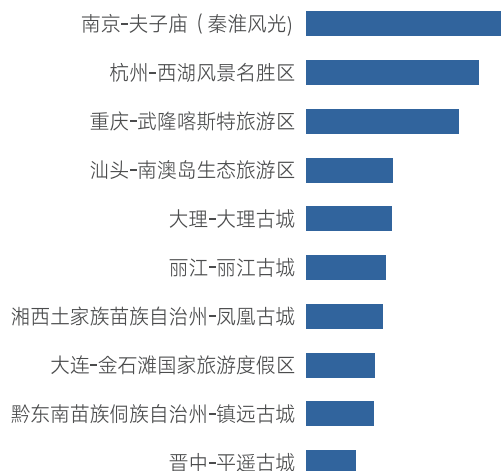
专栏 1-3 古城游热度高涨 - 大同旅游潜力足

新华指数联合高德地图发布的《2018 中秋·国庆出游指数预测报告》显示，2018 年中秋国庆期间，最受欢迎的景区 TOP10 中，古城景区已占到 40% 以上，古城旅游将成为出行的最热门选择之一。大同作为十大古城之一，厚重的历史文化积淀，将推动文化旅游产业的迅速发展，未来的大同古城旅游发展潜力十足。

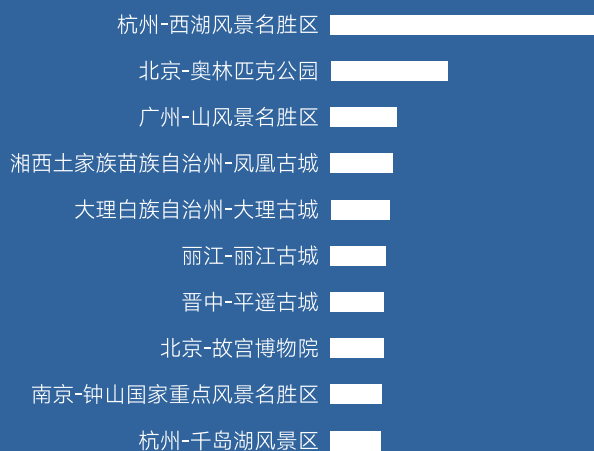
中秋小长假出游，大理古城、丽江古城、凤凰古城、镇远古城和平遥古城，均位列十大热门赏月目的地。另据后台计算数据显示，西安城墙、大同城墙带状公园、北京明城墙遗址公园，是中国最佳赏月城墙目的地。

国庆期间，凤凰古城、大理古城、丽江古城和平遥古城均位列十大最受欢迎景区。

2018 年中秋十大热门赏月地



十一期间最受欢迎的景区 TOP 10



数据来自：高德地图旅游大数据（夜间定位）

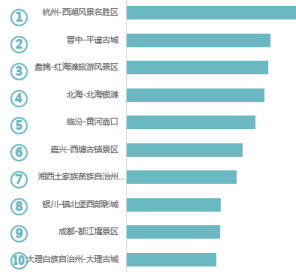
专栏 1-4 全国热门自驾线路 - 晋中为山西中转站

国庆长假给了人们深度自驾游的机会。《2018 中秋·国庆出游指数预测报告》中预测，十一期间热门的长途自驾线路（5 天及以上）主要集中在中西部地区，主要出发或中转城市集中在山西 - 晋中、陕西 - 西安、四川 - 成都、青海 - 西宁、宁夏 - 银川、云南 - 大理等地。这些线路普遍连接各地最具风土人情的自然和文化遗产，吸引了大批自驾游客前往。

十一期间期间，全国最热自驾景区是杭州西湖风景名胜，其次是晋中市平遥古城以及盘锦红海滩旅游景区。

2018年十一期间热门自驾景区 top 10

2018年十一期间热门自驾景区top10



一线城市短途自驾热门线路

北京短途自驾游更倾向于前往山西参观平遥古城、乔家大院等；或者前往天津的五大道文化旅游区、意大利风情旅游区、天津之眼等；上海短途自驾游更倾向于前往无锡、南京方向，主要前往的景区灵山圣境、拈花湾景区、太湖鼋头渚风景区、夫子庙、钟山风景区、总统府；广州短途自驾游更倾向于前往阳江、珠海方向，深圳短途自驾游更倾向于前往惠州、清远。

出行方向	景点一	景点二	景点三	
北京出发：线路一	北京-山西	平遥古城	乔家大院	山西灵石王家大院
北京出发：线路二	北京-天津	五大道文化旅游区	意大利风情旅游区	天津之眼
上海出发：线路一	上海-无锡	灵山胜境-灵山大佛	拈花湾景区	太湖鼋头渚风景区
上海出发：线路二	上海-南京	夫子庙	钟山风景区	总统府
广州出发：线路一	广州-阳江	海陵岛	大角湾	十里银滩
广州出发：线路二	广州-珠海	长隆海洋王国公园	圆明新园	珠海渔女
深圳出发：线路一	深圳-惠州	惠州西湖	巽寮湾	双月湾
深圳出发：线路二	深圳-清远	连州地下河	湟川三峡	南岗千年瑶寨景区

全国长途自驾热门线路

全国自驾出行热门线路主要集中在青海、陕西、山西、云南、甘肃、宁夏、四川、湖南、江西、贵州等地。

省份	城市	景点1	景点2	景点3	景点4	景点5
青海	西宁	青海湖	茶卡盐湖	莫高窟	嘉峪关文物旅游景区	张掖丹霞国家地质公园
陕西	西安	西安钟鼓楼	大雁塔	大唐芙蓉园	华清宫	华山风景名胜
山西	晋中	平遥古城	乔家大院	山西灵石王家大院	云冈石窟	五台山风景名胜
云南	大理	大理古城	洱海公园	玉龙雪山	丽江古城	泸沽湖国家风景名胜
甘肃	甘南藏族自治州	拉卜楞寺	桑科草原	花湖风景区	黄河九曲第一湾	扎尕那
宁夏	银川	镇北堡西部影城	贺兰山岩画	西夏王陵	沙湖	沙坡头
四川	成都	宽窄巷子景区	都江堰景区	乐山大佛	锦里	成都大熊猫繁育研究基地
湖南	湘西土家族苗族自治州	凤凰古城	苗王城	万山国家矿山公园	凯里市民族风情园	丹寨万达小镇
江西	上饶	李坑	汪口	江湾景区	婺源篁岭景区	清华镇-彩虹桥
贵州	黔东南	黄果树瀑布	小七孔景区	中国西江千户苗寨	镇远古城	

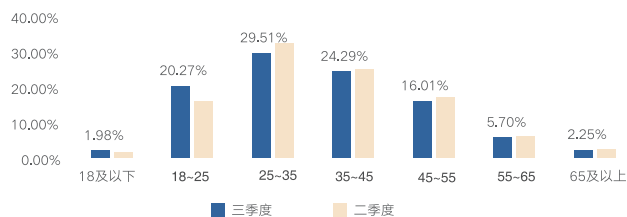
数据来源：高德地图旅游大数据（自驾规划数据）

客群画像¹

2018年三季度，到大同旅游客群以25-45岁中青年游客为主，占到游客总量的53.8%，受暑期及音乐节等年轻化的文化旅游活动影响，90后游客明显增多；客群以男性居多，约占来同游客的66.51%，受暑期亲子游影响，女性游客比例有所提升，但是男女比例差距仍较大；客群受地缘影响较大，以山西本省及北京、内蒙、河北、天津等周边省市游客为主，三季度山西省内客源较上季度明显增多，占比33.04%，较二季度上升9个百分点；来同游客仍最青睐3天以下的短线旅游，占比达66.87%。相比二季度，三季度驻留3—5天和6—10天的游客比例明显提升。来同游客近八成选择自驾或者乘坐大巴出游，中等消费潜力游客居多。

90后游客明显增多

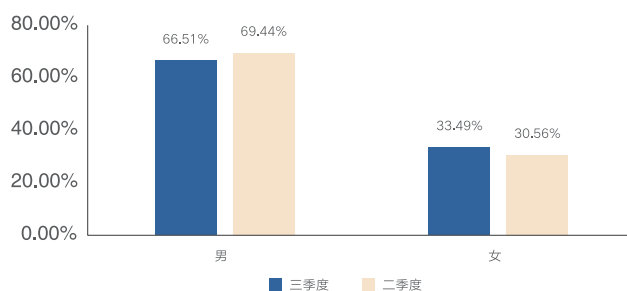
三季度，到访大同游客仍以中青年游客为主，25-45岁游客占比为53.8%。其中，25-35岁的游客最多，占比高达29.51%；35-45岁的游客次之，占比24.29%。18-25岁游客占比达到20.27%，较二季度增长近4个百分点，受暑期及音乐节等年轻化的文化旅游活动影响，90后游客明显增多。



大同游客年龄结构

女性游客比例有所提升

三季度，大同景区游客仍然是男性多于女性，男性比例为66.51%，女性比例为33.49%。受暑期亲子游影响，女性游客比例有所提升，但是男女比例差距仍较大。



大同游客性别结构

¹ 客群来源为大同市之外的游客，该部分主要数据来源于移动运营商。



三季度各省来同游客流量及排名

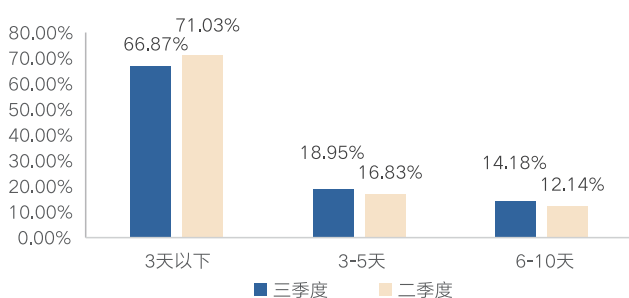
山西省内客源较上季度明显增多

三季度，大同市外客源市场仍以山西省为主，共计接待 635.3 万人，占比 33.04%，较二季度上升 9 个百分点。省外 TOP10 客源市场分别是内蒙古自治区、河北省、北京市、湖北省、天津市、陕西省、江苏省、山东省。其中，湖北省客源三季度占比 5.65%，较二季度上升 4.58 个百分点。

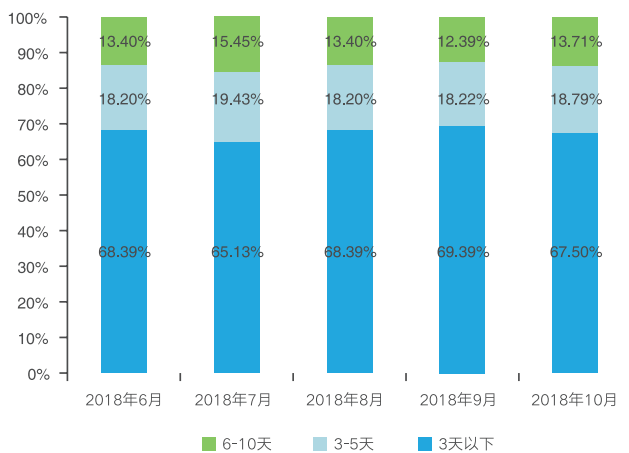
排名	省份	游客量 (人)	占比
1	山西省	6353113	33.04%
2	内蒙古自治区	2392486	12.44%
3	河北省	2295559	11.94%
4	北京市	1664304	8.66%
5	湖北省	1086034	5.65%
6	天津市	588274	3.06%
7	陕西省	512446	2.67%
8	江苏省	461365	2.40%
9	山东省	427183	2.22%
10	河南省	407158	2.12%
11	四川省	335385	1.74%
12	上海市	305077	1.59%
13	辽宁省	213894	1.11%
14	广东省	212054	1.10%
15	浙江省	209512	1.09%
16	安徽省	160623	0.84%
17	黑龙江省	157195	0.82%
18	重庆市	153201	0.80%
19	湖南省	149555	0.78%
20	福建省	144780	0.75%

停留三天以上的游客比例提升

从游客驻留时间分布来看，来同游客仍最青睐3天以下的短线旅游，占比达66.87%。相比二季度，三季度驻留3-5天和6-10天的游客比例明显提升。



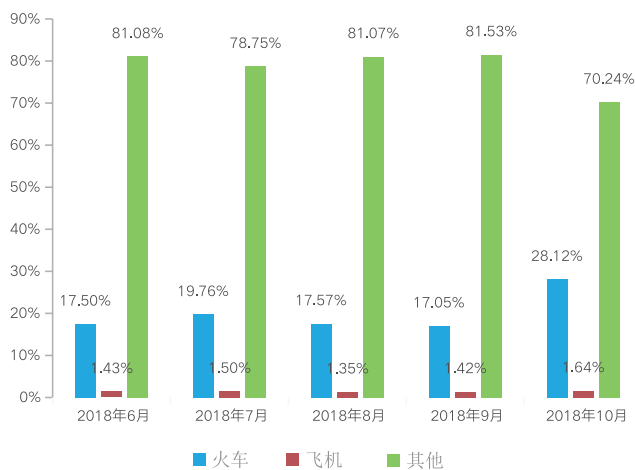
大同游客驻留时间



大同游客驻留时间分布

近八成游客自驾或者乘坐大巴出游

从大同游客出行方式选择来看，三季度近八成游客选择自驾游或者乘坐大巴出游，选择火车出行的游客占18.7%，选择飞机出行的游客极少，占比不到2%。自驾、大巴、火车等交通方式成为来同游客的首选。



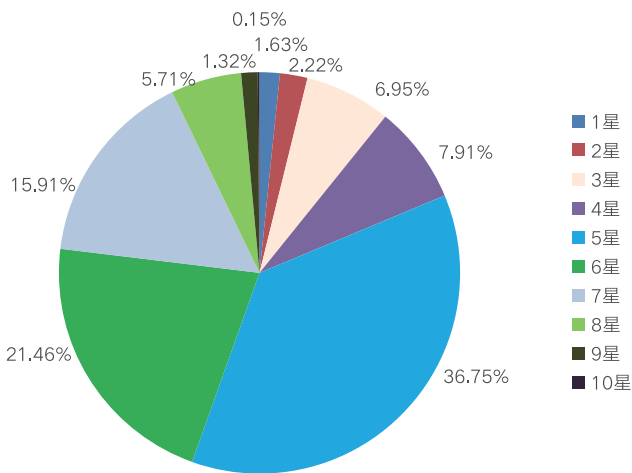
大同游客出行方式分布

从时间分布上来看，选择火车出行的游客占比总体呈现先增后减再增减的趋势，选择飞机出行的游客占比无明显变化，选择自驾游或者乘坐大巴出游的游客占比呈现上升趋势。此外，在10月份国庆期间，选择火车出行的游客数量明显增多，占比达28.12%。

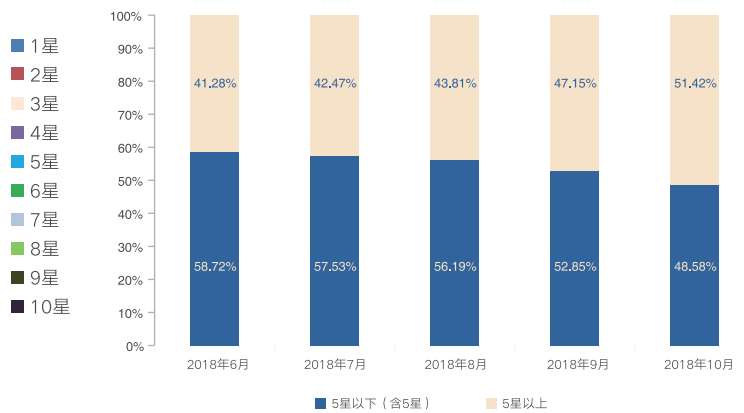
中等消费潜力游客居多

从消费潜力分级上来看，大同游客中等消费潜力游客居多。消费潜力等级为5级的游客占比最高，为36.75%；其次为消费潜力6级的游客占比21.46%。其余游客中，9级及以上不足2%，2级及以下占比不到4%，来大同游客主要为中低水平消费。

就时间分布上来看，2018年6月-10月初，大同5级以下消费潜力游客占比逐渐减少，5级以上消费潜力游客占比逐渐增加，至2018年10月国庆节期间，游客消费潜力水平显著提升。



大同游客消费潜力



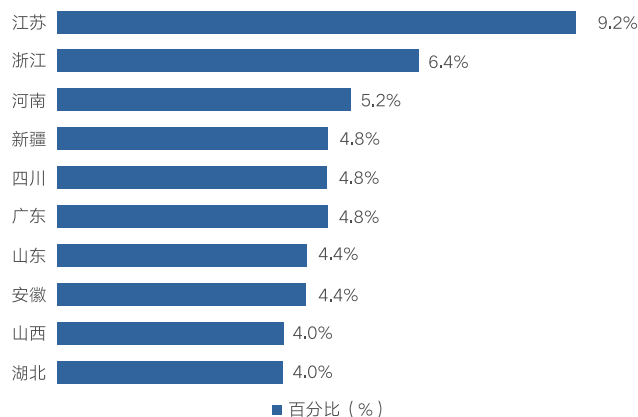
大同游客消费潜力分布

专栏 1-5：2018 年中国景区旅游消费趋势

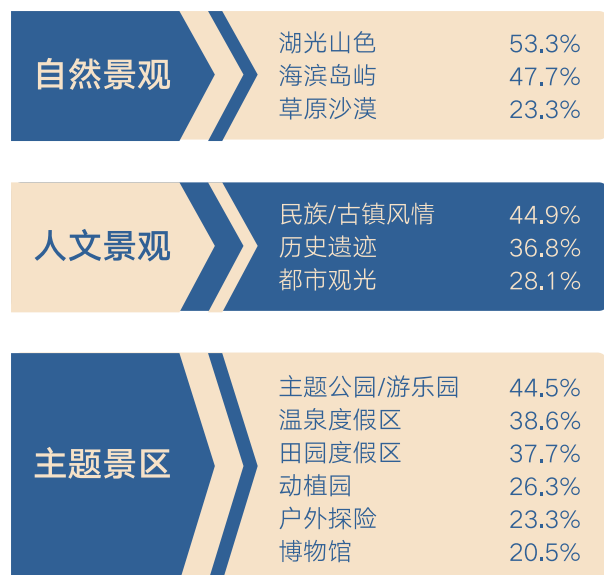
根据国家统计局相关数据，2010-2017 年间国家 5A 级景区数量逐年递增，截止到 2017 年底，我国 5A 级景区数量已经达到 249 个。5A 级景区分布方面，江浙一带拥有 5A 级景区数量在全国占比较高。

2018 年中国旅游用户选择景区时最主要考虑的因素是景区的风景特色（65.1%），此外对于景区的费用、食宿条件和安全程度也较为看重。

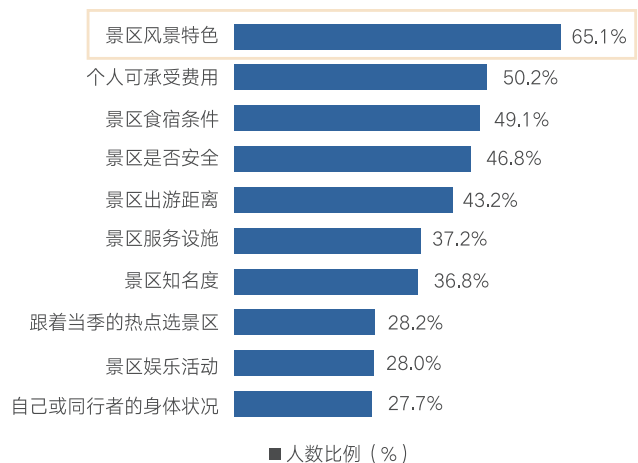
2017 年国家 5A 级景区分布一览 -TOP10



2018 年中国旅游用户景区类型选择倾向

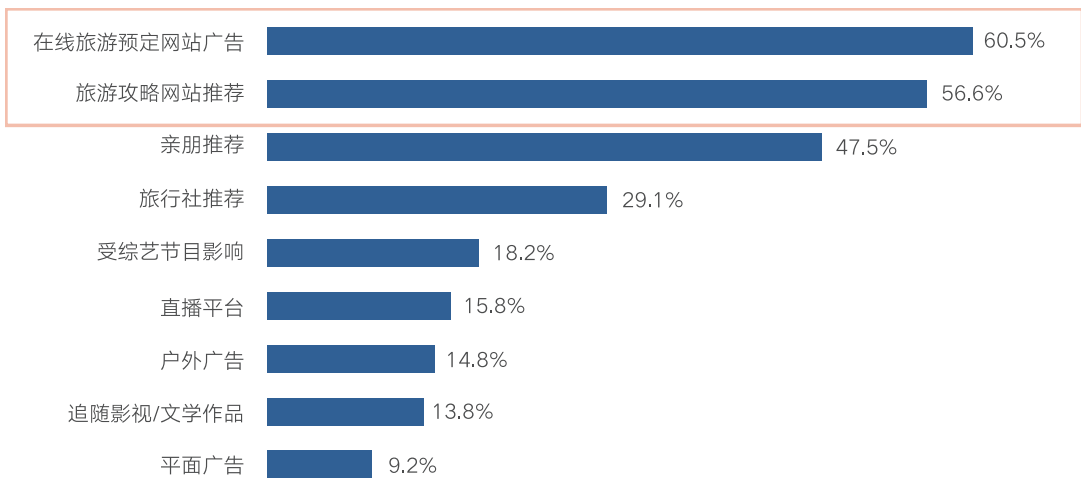


2018 年中国旅游用户选择景区时主要考虑因素



用户主要是通过在线旅游预订网站广告（60.5%）和旅游攻略网站推荐（56.6%）两个渠道了解国内旅游景区信息方面。

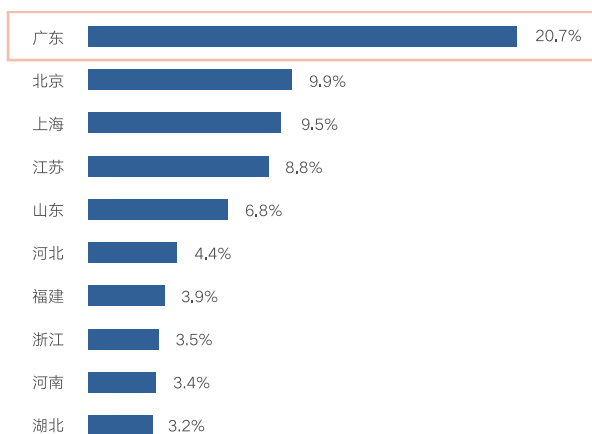
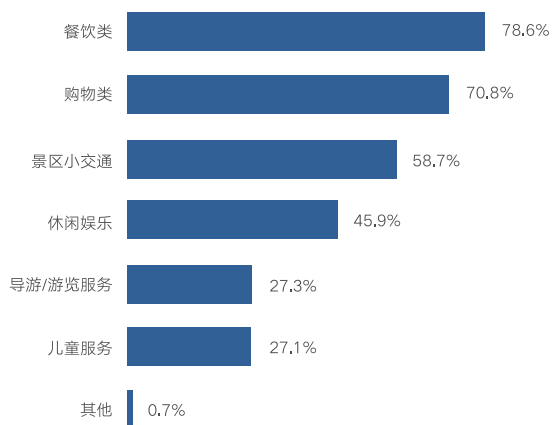
2018年中国旅游用户了解国内旅游景区途径



2018 年中国旅游用户在游览国内景区时产生额外消费的项目主要是餐饮类（78.6%）和购物类（70.8%）

2018 年中国旅游用户客源地分布 TOP10, 广东用户占比高, 北京、上海随后。

2018 年中国旅游用户游览国内景区通常产生额外消费的项目



— 来源：艾瑞咨询景区调研
 （样本：整体 -N=80, 5A 景区 -N=35, 4A 景区 -N=39, 此研究基于高星景区抽样调研。）

第二章

景区网络关注度指数

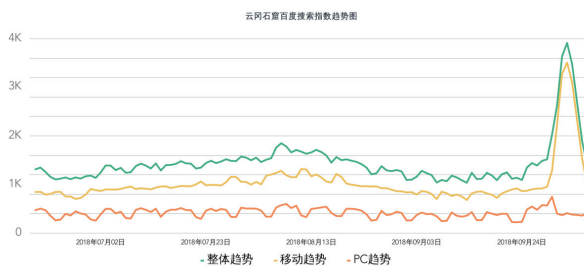
景区网络关注度指数包含大同市四个主要景区（悬空寺、云冈石窟、恒山及华严寺）的百度搜索指数，旨在考察大同市主要景区的网络关注度变化情况。

景区网络关注度指数

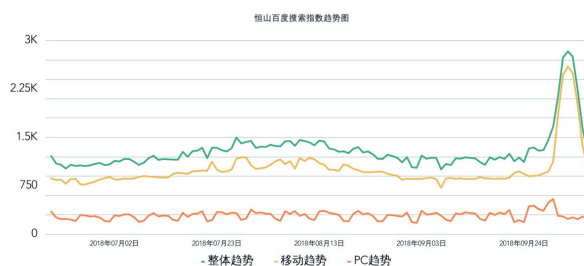
景区网络关注度指数：
云冈石窟景区网络关注度增长率最高

三季度各景区关注度指数稳中有升，云冈石窟景区网络关注度增长最为明显。

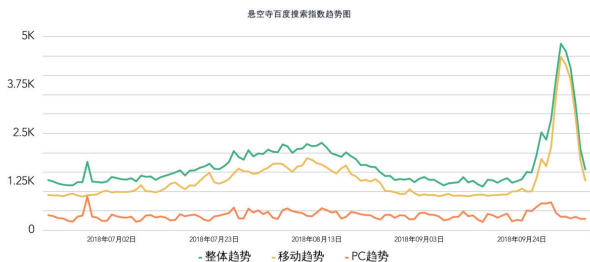
指数结果显示，2018年第三季度，云冈石窟景区百度搜索指数峰值为3908点，较上一季度增加1647点，增长72.84%；悬空寺景区百度搜索指数峰值为4808点，较上一季度增加1077点，增长28.87%；恒山景区百度搜索指数峰值为2829点，较上一季度增加413点，增长17.09%；华严寺景区百度搜索指数峰值为1107点，较上一季度增加124点，增长12.61%。



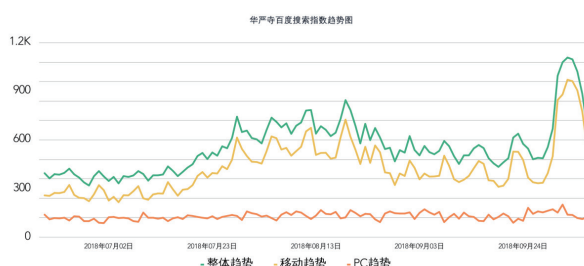
云冈石窟百度搜索指数趋势图



恒山百度搜索指数趋势图



悬空寺百度搜索指数趋势图



华严寺百度搜索指数趋势图

好戏连台绽放大同魅力，精彩活动点燃古都激情 —云冈文化旅游活动季圆满落幕



至“十一”前夕，2018 山西大同云冈文化旅游活动季圆满落幕。活动季期间，全市共接待国内外游客 3060.73 万人次，旅游总收入突破 284.16 亿元。

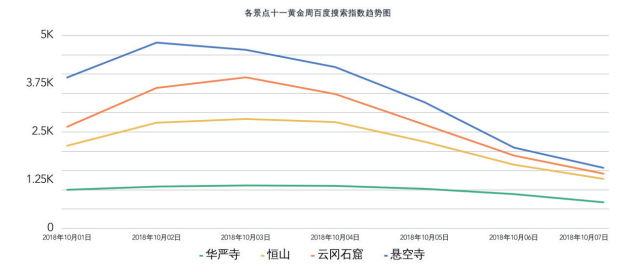
75 项精彩纷呈的活动涵盖文化活动、旅游盛典、体育赛事、宗教祈福四大领域，为大同市民和外地游客奉上一桌丰盛的文化旅游大餐，使得“大同旅游”成为备受各方关注的热词，成为凸显古都底蕴和文化特色不可或缺的重要品牌。

— 来源：大同日报传媒

国庆期间景区网络关注度： 十一黄金周达到本年度（截至2018年10月7日）峰值

主要景区网络关注度指数

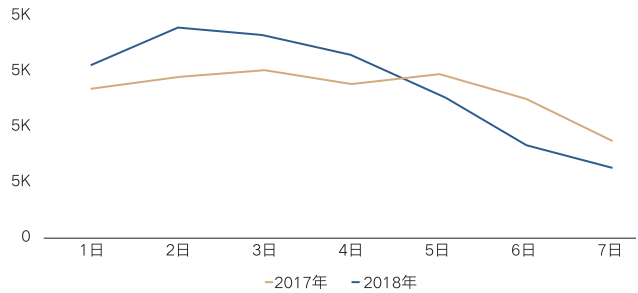
大同市主要景区网络关注度指数在今年的十一黄金周达到本年度（截至2018年10月7日）峰值。



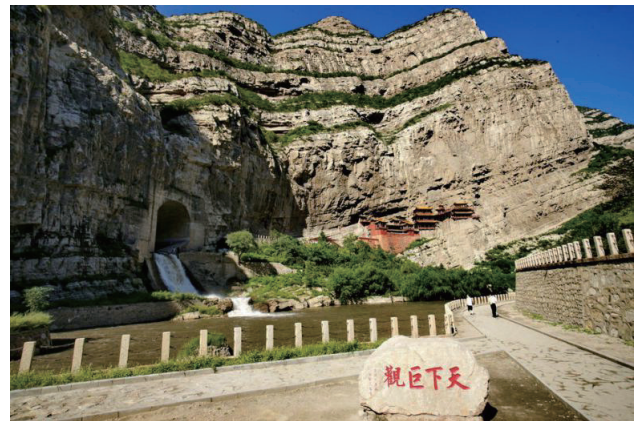
各景点十一黄金周百度搜索指数趋势图

大同主要景区在2018年十一黄金周期间的整体网络关注度要明显高于2017年，表明大同主要景区的关注度有所提升，不同景区的旅游吸引力都在不同程度上有所增强。游客整体上趋于成熟化和理性化，在出游之前会提前在网络上对旅游目的地的概况进行了解和关注，后进行实际的出游行为选择。这都要求景区在不断加强各方面基础建设的同时做好旅游宣传和推广，为游客带来更优质的旅游体验和旅游服务，不断增强景区吸引力和竞争力，推动大同旅游的向好发展。

悬空寺景区2017年搜索指数最高值为3803点，2018年搜索指数最高值为4808点，较上年增加1005点，增长26.43%。

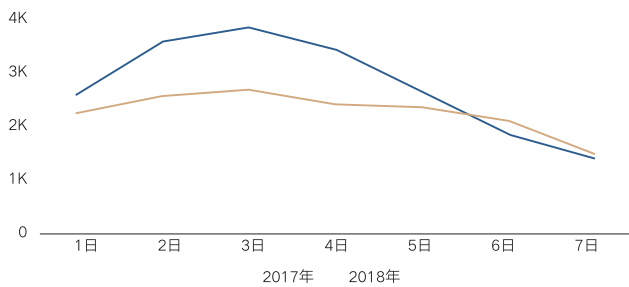


悬空寺十一黄金周百度搜索指数趋势图



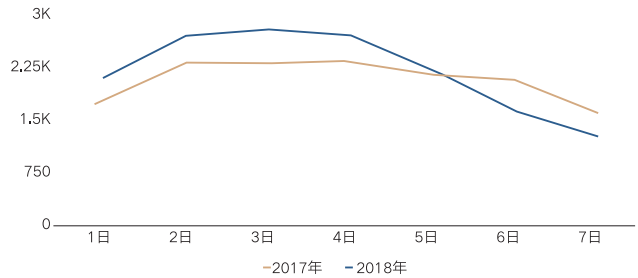
悬空寺景区

云冈石窟景区 2017 年搜索指数最高值为 2710 点，2018 年搜索指数最高值为 3908 点，较上年增加 1198 点，增长 44.21%。



云冈石窟十一黄金周百度搜索指数趋势图

恒山景区 2017 年搜索指数最高值为 2368 点，2018 年搜索指数最高值为 2829 点，较上年增加 461 点，增长 19.47%。



恒山十一黄金周百度搜索指数趋势图



云冈石窟景区



恒山景区



华严寺景区

华严寺景区 2017 年搜索指数最高值为 983 点，2018 年搜索指数最高值为 1107 点，较上年增加 124 点，增长 12.61%。

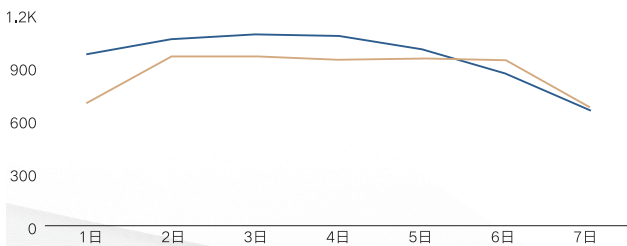


图 2-9 华严寺十一黄金周百度搜索指数趋势图

景区关注度省份分布：

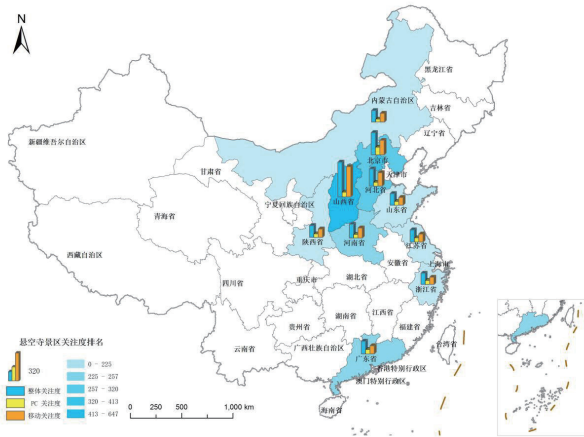
省内游客对大同景区搜索量“贡献率”最高

从省份分布来看，山西仍是对大同市主要景区日均搜索量排名第一的省份。

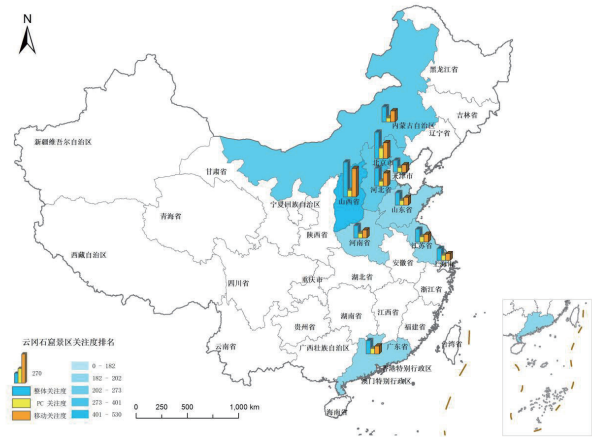
排名前十的省份主要分布于华北和东部地区，山西省和北京市在对四个景区日均搜索量排名上占据前两名。各省份对于悬空寺景区的日均搜索量明显高于其他景区，云冈石窟景区次之，华严寺景区的日均搜索量较低。

悬空寺、云冈石窟、恒山、华严寺景区日均搜索量排名第一的省份均为山西，整体日均搜索量分别为 647、530、392 和 247；排名第十的省份分别是浙江、上海、陕西和内蒙古，整体日均搜索量分别为 209、180、167 和 90。四个景区中，云冈石窟和悬空寺景区在网络关注度日均搜索量上保持优势，与上季度相比，在研究观测期整体日均搜索量上分别增加了 113 和 103，二者的网络关注搜索度均稳步提升。

北京市对于四个景区的关注度排名依次是悬空寺、云冈石窟、恒山和华严寺，较上一季度相比，除恒山在整体日均搜索量上下降 6 个点，其他三个景区日均搜索量分别增加了 52、47 和 17。四个景区在 2018 年 7 月—10 月均网络搜索关注度图如下。



悬空寺景区日均搜索关注度排名前十省份



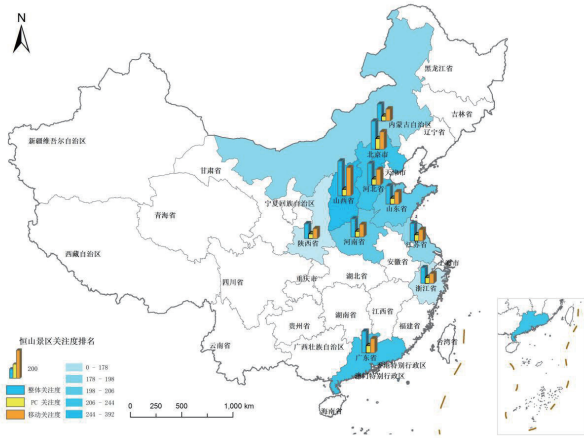
云冈石窟景区日均搜索关注度排名前十省份

悬空寺景区日均搜索关注度排名前十省份

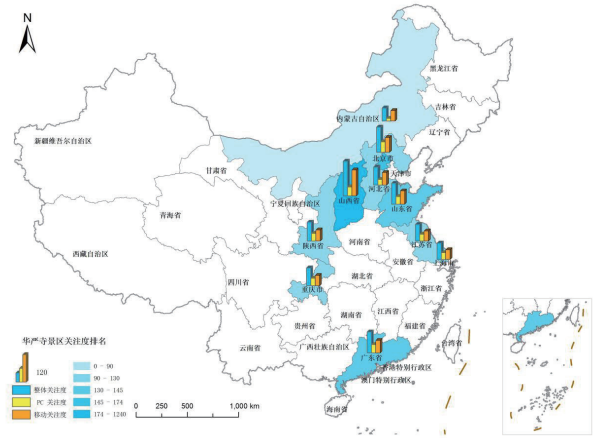
排名	省份	整体日均值	PC 日均值	移动日均值	季度增长率
1	山西	647	86	561	15.12%
2	北京	413	143	270	12.84%
3	河北	320	71	249	15.94%
4	河南	257	69	188	7.08%
5	广东	237	83	154	9.72%
6	内蒙古	214	53	161	16.94%
7	陕西	221	65	156	12.76%
8	江苏	225	77	148	9.76%
9	山东	218	71	147	6.34%
10	浙江	209	74	135	8.29%

云冈石窟景区日均搜索关注度排名前十省份

排名	省份	整体日均值	PC 日均值	移动日均值	季度增长率
1	山西	530	98	432	19.37%
2	北京	401	161	240	10.16%
3	河北	273	75	198	26.98%
4	内蒙古	230	61	169	37.72%
5	广东	202	82	120	18.13%
6	江苏	194	78	116	4.86%
7	山东	192	72	120	32.41%
8	河南	190	68	122	12.43%
9	天津	182	70	112	7.06%
10	上海	180	79	101	21.62%



恒山景区日均搜索关注度排名前十省份



华严寺景区日均搜索关注度排名前十省份

恒山景区日均搜索关注度排名前十省份

排名	省份	整体日均值	PC 日均值	移动日均值	季度增长率
1	山西	392	73	319	11.05%
2	北京	318	120	198	-1.55%
3	河北	244	68	176	7.96%
4	广东	244	82	162	2.52%
5	河南	206	64	142	-1.90%
6	山东	206	66	140	-0.48%
7	江苏	198	69	129	-0.50%
8	内蒙古	189	54	135	6.18%
9	浙江	178	67	111	2.30%
10	陕西	167	54	113	-1.76%

华严寺景区日均搜索关注度排名前十省份

排名	省份	整体日均值	PC 日均值	移动日均值	季度增长率
1	山西	240	61	179	18.81%
2	北京	174	72	102	9.43%
3	山东	145	53	92	5.84%
4	广东	145	58	87	9.85%
5	陕西	130	53	77	6.84%
6	河北	125	38	87	1.56%
7	重庆	123	52	71	0.00%
8	江苏	115	46	69	12.75%
9	上海	113	46	67	1.80%
10	内蒙古	90	18	72	5.88%

大同市旅发委在北京开展旅游宣传活动

为促进旅游产业持续发展，推动我市城市影响力继续扩大，今年以来，大同市旅发委在第五届大同国际骑游大会、大同全域旅游攻略大赛、大同文化旅游商品创意设计大赛多个活动的基础上，突出北京市场作为营销重点，在北京市政务楼宇和电视楼宇投放城市形象广告，通过全天候不间断的滚动播放，对北京客源进行精准营销，提升城市知名度。

来源：大同市旅游发展委员会

与上季度相比，内蒙古游客对于悬空寺的关注度增长率最高，山东游客对于云冈石窟的关注度提升幅度最大，而山西省游客对于恒山及华严寺景区的关注度增长率位于各省首位。整体而言，大同市四大景区日均搜索关注度增长率较高的省份大多集中在山西省周边。

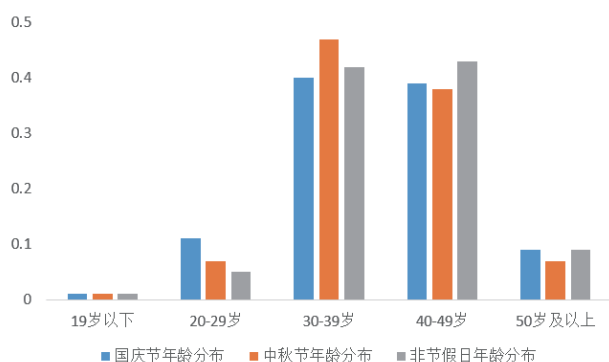
今后，大同市在旅游景区的发展、旅游产品的设计、旅游路线的开发上，可以综合考量，在保持吸引周边省市的旅游关注度的同时，积极开拓其他市场，对于关注度增长率较高的省市如天津市、内蒙古自治区等加强旅游宣传，积极寻求旅游发展合作，丰富旅游受众，提升旅游吸引力。

景区关注度年龄分布：

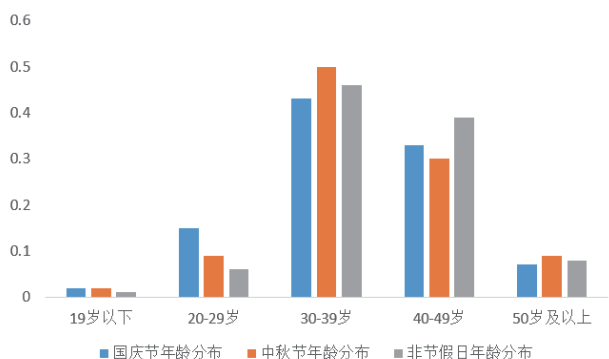
30-49岁人群成大同景区网络关注度主力

报告选取中秋假期、国庆假期和本季观测期非节假日（2018年7月—10月初）三个时间段，分析各时间段内景区网络关注度年龄分布情况。通过研究不同年龄段分布比例，可以更好地得到大同市主要景区对不同群体的吸引，为旅游项目准备及发展过程中的调整和不断完善旅游服务提供参考。

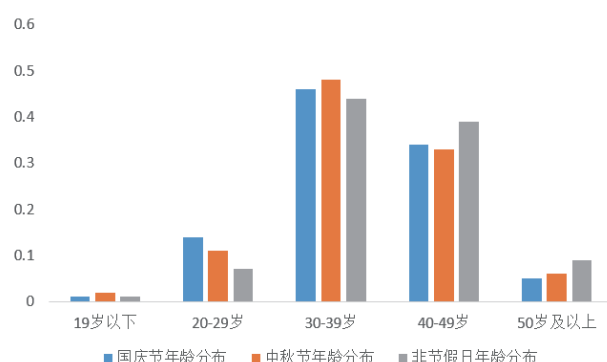
30-49岁依然是大同市主要景区网络关注度主力人群。从各景区网络关注度来看，30-39岁人群更倾向于短期旅游出行方式。40-49岁人群更倾向于非节假日期间出游。



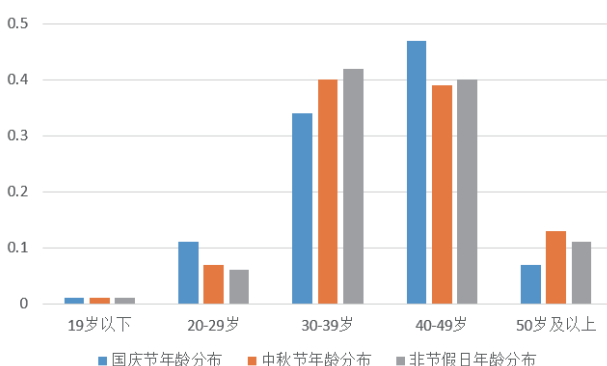
悬空寺网络关注度年龄分布



云冈石窟网络关注度年龄分布



恒山网络关注度年龄分布

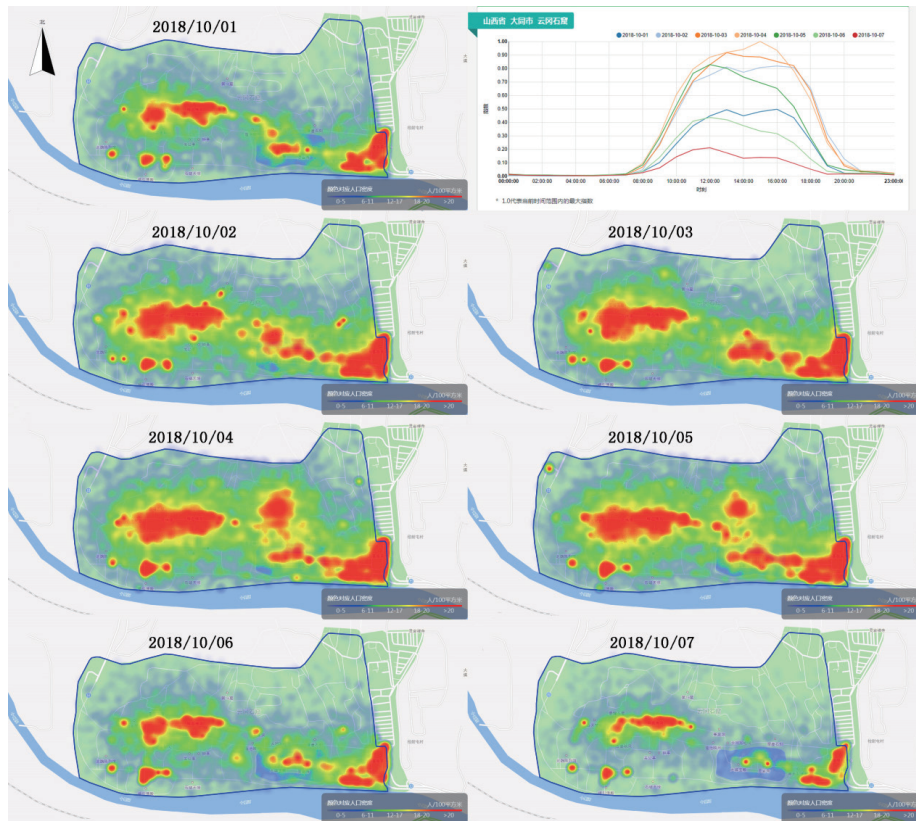


华严寺网络关注度年龄分布

云冈石窟动态监测：石窟群为客流集聚中心

利用区域游客热力图，可以较好地研究景区客流分布模式，分析景区各道路客流密集度，为景区游客流量时空监测、安保控制、景区承载力、公共设施建设等提供参考。

据云冈石窟景区国庆时段热力图检测显示，国庆期间，客流量高峰主要集中在10月2日到5日，其中，10月3日达到客流量顶峰，随后客流量有明显的减少。



云冈石窟景区客流集聚整体呈条带状特征。石窟群为客流集聚核心，游客以释迦佛洞为聚集点，沿昙曜五窟、大佛洞向外扩散。而景区西南部和南部分别为冷点聚集区，该区域由于景点较少，位置偏远，导致客流量稀少。

根据客流量时空监测和游客游览行为轨迹分情

况，建议尽快建立景区旅游最大承载力预警系统、完善和优化布局旅游景区基础设施及各种配套设施建设，提升景区高峰期安全管理工作。除此之外，应尽快推动景区门票资源与市场机制、体制接轨，加强旅游集散中心的建设，完善对客源市场的主动对接和散客资源的导流功能。

专栏 2-1 大同旅游斩获山西旅游品质榜多项大奖



2018 年 6 月 8 日，山西旅游品质榜颁奖盛典在太原举行。

品质旅游景区、品质旅游酒店、品质旅游休闲娱乐项目、品质旅游主题线路、品质旅游商品、品质旅行社、品质服务导游七大榜单，经过两年的评比、考核、投票，全部向公众发布。大同旅游斩获山西旅游品质榜多项大奖：

- 云冈石窟荣登 2017 山西十佳品质旅游景区榜单，
- 恒山风景名胜、大同城墙景区、晋华宫矿山公园荣登 2017 山西品质旅游景区榜单；
- 大同方特欢乐世界荣登 2017 山西十佳品质旅游休闲娱乐项目榜单，
- 大同魏都水上乐园荣登 2017 山西品质旅游休闲娱乐项目榜单；
- 大同金地豪生酒店、大同王府至尊酒店荣登 2017 山西十佳品质旅游酒店榜单，
- 大同睿和国宾酒店、大同贵宾假日酒店、大同宾馆、大同云中驿站荣登 2017 山西品质旅游酒店榜单；
- 大同中国旅行社、大同华远国旅荣登 2017 山西品质地接旅行社榜单，
- 同煤晋华国旅荣登 2017 山西品质组团旅行社榜单；
- 晋银牌纯银艺术品、大同闹腾文创荣登 2017 山西品质旅游商品榜单，
- 铜工艺火锅系列、广灵剪纸山西民俗荣登 2017 山西品质旅游工艺品榜单，
- 玉石雕画荣登 2017 山西品质旅游纪念品榜单，
- 雁门清高苦荞系列荣登 2017 山西品质旅游土特产榜单；
- 大同华远国旅导游史晓鹏、张亮荣登 2017 山西十佳品质服务导游榜单。

— 来源：大同文旅公众号

第三章

气候舒适度指数和大同蓝指数

大同气候资源禀赋优越，空气质量良好。研究观测期空气质量达到优良的天数为 249 天，占到总研究观测期的 87.36%。

大同市 7-9 月蓝天率分别为 54.84%，45.16% 和 56.67%，是来同游客出游的优选。



气候舒适度指数

大同市依托良好的生态和气候资源等优势，大力开发避暑康养、运动健身、休闲度假等旅游产品，不断丰富旅游休闲业态，全力构筑全域旅游版图，努力打造一流旅游休闲目的地。

气候舒适度是影响区域旅游发展和游客满意度的重要指标。通过日平均气温、风力等级和AQI指数(AQI: 空气质量指数值越大说明空气污染状况越严重)，综合测度大同气候舒适度，分析大同市旅游旺季气候舒适度水平及其变化。下表为气候舒适度指数等级：

气候舒适度指数等级

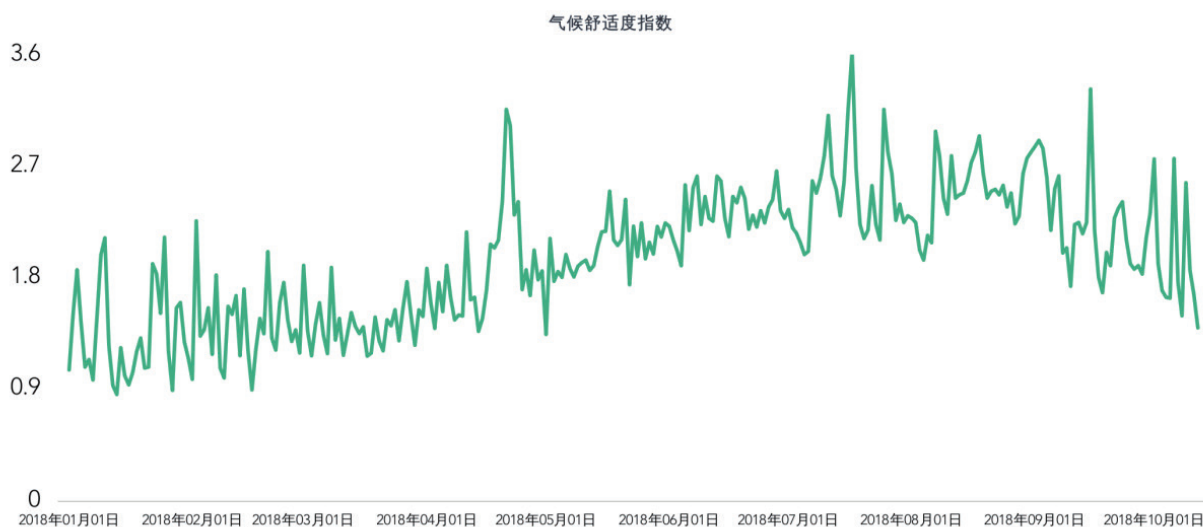
归一化气候舒适度指数	感受状况	级别
>2.778	清爽，空气质量优	舒适
2.272-2.778	暖，空气质量良好	较舒适
1.830-2.272	偏热， 空气质量一般	一般舒适
1.292-1.830	闷热，空气质量低	较不舒适
<=1.292	温度过高或过低，空气质量差	不舒适

本季报告为了更好地分析大同市气候舒适度变化，选取 2018 年 1 月 -10 月的气候数据，分析气候舒适度指数变化趋势。

4-10 月气候舒适度指数高于 1-3 月，其中，指数高峰值主要集中在 4 月末、7 月和 9 月初，这个时间段，大同市气候舒适度水平整体偏高。大同市以避暑胜地著称，7-10 月旅游发展迎来高潮，与旅游气候舒适度有很大关系，相对来说，1-3 月由于气温较低，气候舒适度指数偏低。

大同市气候舒适度数据显示，舒适、较舒适、一般舒适天数分别是 18、66 和 89，共 173 天，占据观测期的 60.7%。气候舒适度指数分布于不适宜的天数主要集中在 1-3 月，共有 38 天。

总体来看，7-9 月的气候舒适度指数居于较高水平，整体气候宜人，平均气温适中，空气质量良好，是人们休闲度假的优选。



2018 年 1 月 -10 月大同市气候舒适度

大同市成为 2018 中国“最具潜力避暑旅游城市”

2018 年 7 月 7 日，第四届中国·吉林避暑旅游产业峰会暨“全球气候变化与旅游国际论坛”在吉林省延边州举办，届时大同成为 2018 中国“最具潜力避暑旅游城市”。“大同蓝”是大同市一张亮丽名片，绿色生态又让市民体验到前所未有的成就感，成为避暑旅游城市，为发展全域旅游增质添效，有利于打造国际一流旅游休闲目的地。

— 来源：大同晚报

大同蓝指数

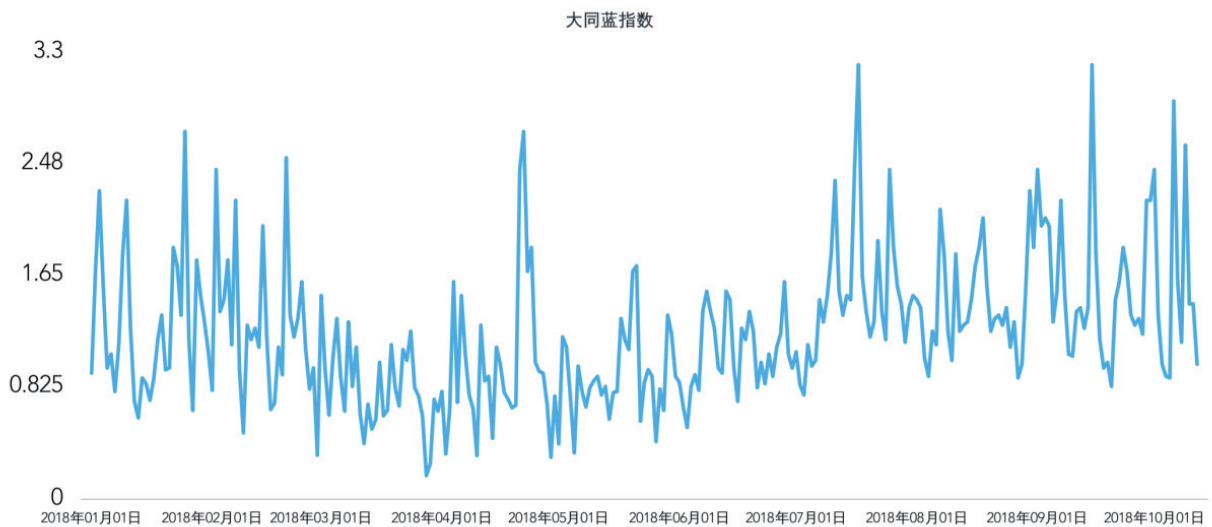
空气质量等级可以直接反映大同市空气状况，本报告利用 2018 年 1 月 -10 月的 AQI 指数作为基础数据，归一化处理得到“大同蓝”指数，数值越高说明大同市空气质量越好。指数在 1.382 以上即表明当天的空气质量为优，指数在 0.698—1.382 之间空气质量为良。

2018 年 1 月 -10 月，“大同蓝”指数在 1.382 以上即空气质量为优的天数有 91 天，占研究观测期天数的 31.92%；指数分布在 0.698-1.382 范围之间的为空气质量良好，有 158 天，占研究观测期天数的 55.4%，优良等级总占比高达 87.36%。

“大同蓝”指数等级

“大同蓝”指数	级别
1.382 以上	一级优
0.698-1.382	二级良
0.454-0.698	三级轻度污染
0.341-0.454	四级中度污染
0.227-0.341	五级重度污染
0.227-0.273	六级严重污染

“大同蓝”已经成为大同市旅游的“新名片”使市民体验到前所未有的成就感，成为避暑旅游城市，又为发展全域旅游增质添效。近年来，大同市依托良好的生态和气候资源等优势，大力开发避暑康养、运动健身、休闲度假等旅游产品，不断丰富旅游休闲业态，全力构筑全域旅游版图，通过整合区域优势文化旅游资源，努力打造国际一流旅游休闲目的地。



“大同蓝”指数

大同市名列首批国民休闲旅游胜地

2018年6月24日在北京举行的休闲旅游发展与品质峰会上，大同市入选首批国民休闲旅游胜地，中国大同古都灯会荣获2018中国最负盛名十大节庆称号。

大同市空气质量在2018年8月为全省最优

9月17日，山西省环保厅公布2018年8月全省11个市环境空气质量排名情况，8月份，大同市空气质量全省最优，排名首位，

2018年8月11个设区市环境空气质量排名情况

城市	环境空气质量综合指数	排名	综合指数同比变化率	排名
大同	3.80	1	-6.6%	9
朔州	4.00	2	-2.2%	10
忻州	4.02	3	-9.3%	8
晋中	4.24	4	-21.6%	1
长治	4.28	5	-16.1%	5
运城	4.30	6	-13.1%	7
阳泉	4.49	7	-16.9%	3
太原	4.83	8	-16.4%	4
临汾	5.09	9	-16.0%	6
晋城	5.26	10	-17.8%	2
吕梁	5.27	11	4.6%	1

—来源：大同环保发布公众号

蓝天适游率

2018年1月到10月7日，大同市空气质量等级为优的天数一共83天，占研究观测期的29.6%。下表为研究观测期每个月的蓝天适游率。

总体来看，7-9月蓝天率较高，其中，9月蓝天率最高，7月次之，空气质量为优的天数占比均超过50%，分别为56.67%和54.84%；3月份占比为最低，空气质量为优的天数最少，仅有1天；7-10月大同市气候舒适，景色宜人，是个不错的出游选择。

月份	一月	二月	三月	四月	五月	六月	七月	八月	九月	十月
比例	32.26%	25.00%	3.23%	20.00%	6.45%	13.33%	54.84%	45.16%	56.67%	42.86%

第四章

大同美食指数

大同美食指数，是对大众对大同美食关注热度的直观表达。指数以大同美食相关关键词的网络搜索数据为基础，客观科学衡量大同美食的网络关注热度。

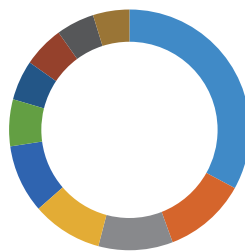
大同美食的网络搜索热度不断提升，历年国庆为关注热度高峰期

从手机端的热度趋势来看，2011年以来，大同美食的网络搜索热度不断提升，历年国庆为关注热度高峰期。

大同刀削面和浑源凉粉是家喻户晓的大同名吃，尤其是大同刀削面，2015年以来关注热度迅速高涨。游客来到大同，地道的刀削面是必点的美食。

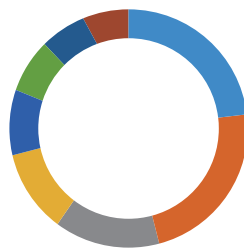
大同饮食文化源远流长，让众多外地游客慕名前来。通过对到访游客网络行为数据的挖掘分析，发现在口味上，游客偏好生鲜、面点，爱吃甜和辣，菜系上，川菜、西北菜和西餐更受欢迎。

菜系



川菜 西餐 北京菜 江浙菜
鲁菜 粤菜 徽菜 山西菜

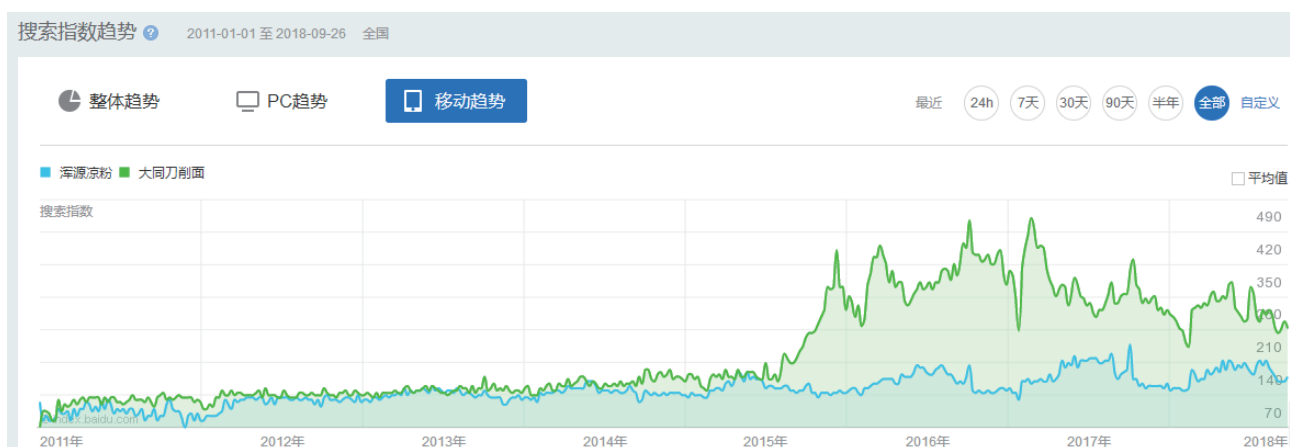
口味



生鲜 面点 甜 辣
烤 煎炸 涮 麻



大同美食指数



大同刀削面 pk 浑源凉粉

大同刀削面和浑源凉粉是家喻户晓的大同名吃，尤其是大同刀削面，2015年以来关注热度迅速高涨。游客来到大同，地道的刀削面是必点的美食。

大众游客越发青睐原汁原味的美食，乡村旅游和美食是天然的结合。2018年，中央一号文件乡村振兴规划发布，乡村旅游将迎来绝佳的发展机遇。近年来，大同市积极稳步推进乡村旅游建设，全市乡村旅游健康发展。作为第四届成龙国际动作电影周活动之一，成龙先生现身大同，也打开了精准旅游扶贫的新思路。





2018中国(大同)美食大会于2018年9月28日下午隆重举行。本次活动旨在以“大同菜”为突破口,提炼“大同菜”美食背后的文化初心,打造独此大同“融合菜”品牌形象,塑造大同“中国美食休闲之都”城市形象和品牌,服务文旅振兴,推动大同城市转型发展。

自9月28日到12月底,“大同菜”旅游美食系列评定将精选游客满意度高、服务水平上乘、能代表大同餐饮文化的旅游金牌小吃、源味金牌旅游民食、旅游金牌特色名菜、名宴、名店,汇总成“大同菜单”,作为旅游美食品牌对外进行推介。

—来源:大同日报

中国大同旅游发展指数版权说明

一、中国大同旅游发展指数由中国经济信息社有限公司研发并发布，最终解释由上述机构负责。任何网站等媒体和机构在转载或引用时，需注明出处。否则，将依法追究其法律责任。

二、报告所有图片、表格及文字内容的版权归中国经济信息社有限公司所有。其中，部分图表在标注有数据来源的情况下，版权归中国经济信息社有限公司。部分数据来源于公开的资料，如果有涉及版权纠纷问题，请及时联络。

三、报告及其任何组成部分不得被再造、复制、抄袭、交易，或为任何未经中国经济信息社有限公司允许的商业目的所使用。如果报告内容用于商业、盈利、广告等目的时，需征得中国经济信息社有限公司书面特别授权，并注明出处，并按照中国及国际版权法的有关规定向上述机构支付版税。

四、除法律或规则规定必须承担的责任外，中国经济信息社有限公司不对因使用此报告的材料而引致的损失负任何责任。

五、本报告有关版权问题适用中华人民共和国法律。中国经济信息社有限公司保留随时解释和更改免责事由及条款的权利。

中国经济信息社有限公司

2018 年 10 月

关于我们

中国经济信息社是新华通讯社专业承担经济信息服务业务的直属机构，是中国经济信息事业开创者，中国规模最大、服务领域最广、产品种类最全的经济信息服务机构之一。

“服务经济建设中心工作，服务国家发展战略”。中国经济信息社是新华社国家高端智库经济研究中心建设主体，履行经济思想库和智囊团职能，承担四大国家级信息服务平台的建设任务：服务国家金融信息安全和人民币国际化的“新华财经”，服务“一带一路”倡议的“新华丝路”，服务社会诚信体系建设的“新华信用”，服务国家能源安全的上海石油天然气交易中心。

在国内设有 30 家分中心，在全球构建起覆盖主要国际金融中心城市、“一带一路”沿线重要城市的信息采集网络，为海内外 2 万多家用户提供独家、权威、专业的财经、智库、指数、信用、政务、行业、舆情及“一带一路”信息服务。

联系电话：010-88052719、88052707

Email: zhishuzhongxin@xinhua.org

地址：北京市宣武门外大街甲 1 号环球财讯中心 A 座 15 层，100052

发展经济信息服务国家战略
打造世界一流信息通讯社

全国服务网络

北京	北京市西城区诚实胡同 1 号	010-58361078
河北	石家庄市谈固南大街 77 号	0311-85264533
天津	天津市南开区红旗南路 251 号增 2 号	022-83861567
上海	上海市衡山路 62 号	021-24020043
江苏	南京市洪武北路 55 号置地广场 908 室	025-83109801
浙江	杭州市上城区南山路 262 号	0571-81189670
安徽	合肥市繁华大道 306 号	0551-63699085
广东	广州市越秀区连新路 158 号	020-83300283
福建	福州市仓山区建新中路 2 号	0591-87381958
山东	济南市玉函路 5 号	0531-83188041
内蒙古	呼和浩特市中山东路 5 号	0471-6664066
青海	西宁市西川南路 39 号	0971-6236544
重庆	重庆市渝北区新南路 181 号 6F	023-89186777
广西	南宁市青秀区迎宾路 1 号 6 楼	0771-2086032
四川	成都市高新区交子北一路 2 号	028-85282062
云南	昆明市西山区红塔西路 7 号	0871-64094586
陕西	西安市新城区皇城西路 20 号	029-87212286
湖北	武汉市武昌区徐东大街 356 号	027-68881182
湖南	长沙市迎宾路 179 号	0731-82684521
河南	郑州市花园路 85 号新闻大厦	0371-65559560
山西	太原市高新区东渠路西二巷 001 号	0351-4665068
江西	南昌市红谷滩赣江中大道 688 号	0791-83985150
辽宁	沈阳市浑南新区浑南三路 4 号	024-23828931
黑龙江	哈尔滨市香坊区珠江路 35 号	0451-82395640
吉林	长春市东中华路 913 号	0431-88463069
贵州	贵阳市北京路 19 号	0851-88667531
海南	海口市滨海大道 89 号	0898-68527591
甘肃	兰州市东郊巷 15 号	0931-8716044
宁夏	银川市文化西街 33 号	0951-2967023
新疆	乌鲁木齐市水磨沟区会展南路 1688 号	0991-8805611