

旅游  
新趋势  
系列报道之一

编者按

天气有点热,出去凉快凉快!近日,一份由线上旅游企业发布的数据显示,长沙成为今年上半年全国出境旅游人数增长速度最快的城市,旅游已成为很多人生活的新常态。

在大众旅游的今天,人们的旅游观念、旅游心态都在发生着变化,旅游景点和旅游服务商们也随着这种变化做出调整,三湘都市报即日起推出“旅游新趋势”系列报道,解读这些新现象、新动态、新趋势。

# 避暑景区“下饺子”,亲子游成主力

老年游是最具潜质蓝海市场 大多数毕业生选择自助游 暑期游学出现三大热门

七月的湖南烈日炎炎,不少人难耐酷暑,纷纷去外地避暑。

近日,途牛旅游网发布的《2017年国内避暑游白皮书》显示,今年夏天避暑游市场火热,家庭客群为出游主力军;亲子出游玩水成常态,老人对避暑养生、“气候疗法”认知率不断提升,还有超过九成的毕业生都期待有一次难忘的毕业之旅。旅游群体化现象愈发明显。

■记者 梁兴 实习生 郭田甜

## 银发族旅游 避暑旅居受欢迎 候鸟养老市场潜力大

长沙的李奶奶把冬天的衣服一件件地放进行李箱,“现在我还身处40℃的高温里,等下我就要里三层外三层地把自己裹起来了。”李奶奶去年和家人到黑龙江旅游回来后,就在黑河市买了一套房,专门用来避暑。

“关节炎是我的老毛病了,我在黑河那边体验了矿泉养生和针灸治疗,感觉很好,所以趁着孙子暑假去他父母那边玩,我们老两口就到黑河避暑,顺便治我这关节炎。”夏天的黑河特别凉爽,最高温度33℃。与普通旅游的走马观花、行程匆匆不同,选择旅居养老的老年人一般会在一个地方住上十天半个月甚至数月,慢游细品。“夏天过来,酷暑一过我们就回去。”李奶奶说。

据了解,避暑旅居作为一种新的避暑方式,在中国老年人群体中的接受和采用程度日益提高,有数据显示,中国老年人出游的比例已经占到了中国旅游市场的20%以上。已成为了避暑大军中一道靓丽的风景线。在社会经济和社会受教育程度持续发展的今天,追求更高层次的旅游、居住、休闲活动,已经成为一种新的消费趋势,特别是生活能够自理、经济能力较好的活力化老年人,避暑旅居意愿更加强烈。

解读

随着候鸟避暑的迅速发展,老年旅游成为目前旅游客群细分市场中最具潜力的蓝海市场,养老产业将成为未来我国经济的一个重要增长点。我国的高端候鸟养老市场在不断开发,越来越注意结合老年人自身需求,提供个性化的休闲养生服务,打造出度假式、候鸟式的医养结合型中高端养老养生服务基地。

湖南师范大学旅游学院的许春晓就表示,出门在外,医疗问题成为老年人的另一大关注点。老人来外地长期度假居住最好要有个好身体,在异地医保没法使用,医疗费用全部自理,医疗条件也不能跟老家比,儿女又不在身边,所以老人们决定出游前要根据自己的身体情况“量力而行”。



数据显示,亲子游渐成避暑游主力,其中水上活动较受欢迎。(资料图片)

## 毕业游 超九成毕业生想毕业旅行,偏爱自助游

“我们想在成为‘社会人’之前好好地玩一次。”今年大学刚毕业的刘佳欣和闺蜜们选择了泰国游。消费不高,签证方便是选择泰国的理由。“花个几百块也可以轻松get明星式度假,和好友开海上party,又避暑又好玩。”不愿接受跟团旅游的景点限制,她们自己提

前做了攻略。

途牛旅游网监测数据显示,超过九成的毕业生希望有一场“值得回忆”的毕业之旅,65%的毕业生选择同学、朋友一起出游,26%的毕业生选择和家人一起毕业旅行,独自旅行人数占比最少,仅占9%。选择出国旅行的毕业生占

比达到了52.4%。但即便出国也有58.2%的毕业生选择在距离较近的亚洲旅行。在预算相同的前提下,63%的毕业生更愿意选择出境游。泰国、印度尼西亚、日本、法国、意大利、德国等地人气最旺。国内目的地方面,云南、四川、西藏最受欢迎。

解读

2017届毕业生的旅行方式已经明显升级进化,95后一代正在成长为成熟甚至专家型的旅行者。在出游方式上,大多数毕业生都会选择自助游。在旅途中,舒适度与便利性成为毕业生最关注的内容。交通方式方面,网上预定机票、门票、住宿、租车等多项服务,已经在全球范围内实现,在国内游高铁出行成为主流,出境游中,选择飞机经济舱的人更多;在住宿的选择中,特色的民宿成为最受毕业生欢迎的住宿方式之一,可深度体验当地生活。

## 亲子游 亲子避暑游占五成,水上活动受热捧

株洲的张女士最近带着孩子们来到广东历史博物馆游玩,“想让他们学习一些历史知识,开阔眼界,可是没有想到有这么多‘志同道合’的父母,都带着他们的孩子过来了。”张女士的大女儿读小学六年级,对历史充满了兴趣,一路上认真听导游的讲解。“如果不是来这边玩,我都

不知道女儿对历史这么感兴趣。”为了年幼的小儿子,他们之后还会去广州长隆水上乐园游玩,“天气太热了,让小孩子们玩玩水,消暑挺好。”

据了解,亲子游正成为避暑游的主力军,携带2-12岁儿童的家庭游客占比达到五成以上;出游时间上,7月中下旬至8月初

迎来夏日出游高峰,水上乐园、漂流等玩水景区出现“下饺子”般的壮观景象。此外,今夏亲子游出游人次占比较去年同期有望上涨15%左右。将科普、探索等融入旅游的夏令营线路较受家长欢迎。体验当地风土人情、学习历史文化、参加夏令营成为游学三大热门主题。

解读

眼下以家庭为单位的旅游消费已成为市场主流。公开数据显示,中国亲子游市场交易规模在2018年将达到近500亿元,在线渗透率也将持续提升。

但“亲子游”产品缺乏统一标准,寓教于乐、重视亲子关系及体验的产品稀缺以及同质化现象让“亲子游”徒有其名。湖南师范大学旅游学院教授许春晓认为亲子游特性不明显等,成为亲子游市场的普遍问题。业界没有对亲子游活动的统一标准,市场仍处于粗放的发展阶段,不见亲子只见游已经逐渐成为带娃出游人群最大的消费痛点,高品质产品缺口巨大。

观察

## 群体化旅游生态圈渐成

第三届中国避暑旅游产业峰会发布的《2017年中国城市避暑旅游发展报告》对国内群体游市场趋势分析称:“用户对群体游的产品需求将向多元化、专业化方向发展。群体游产品设计将从从出行便捷性、用户喜好度、内容适应性、教育体验性等多维角度进行考虑,对现有群体游产品进一步加工,提升多样化、精细化体验,满足用户各种需求。”

许春晓认为群体游市场正在线上迅猛发展,他表示:“在线旅游市场迅速扩张,成熟用户不再迷信权威或单一模式。大型综合OTA、专业定制平台、亲子游社区、内容平台、基于移动端的旅游网站等群体游服务提供商通过线上聚拢用户,收集用户行为特点,反向推动线下产业链转型升级,形成线上线下的融合,打造闭环体验。”中南林科大旅游学院院长钟永德也认为,在线群体游已吸引各类型旅游服务商的关注,出游产品出现多样化,既有周边游产品,也包括出境游产品,产品覆盖维度和范围更广,产品标准规模化和定制化双管齐下。

对于群体游市场的发展,许春晓非常看好:“随着群体游用户不断壮大,不同领域跨界合作,优势资源加速整合,休闲养生、培训教育、留学探亲、本地生活、社交服务等不同领域开始对接群体游市场,群体化消费生态圈渐成。”

## 链接新闻

### 张家界推“寻琴记” 游客弹钢琴可获赠门票

本报8月4日讯 只需要用钢琴弹奏一首完整的曲子,哪怕是《两只老虎》和《小星星》,就能够获得一张景区的免费门票。今日,有“世界最美旅游溶洞”之称的张家界黄龙洞景区推出“弹钢琴,送门票”活动,在黄龙洞景区大自然的山水之间“藏”有多架钢琴,8月4日至11日期间,中外游客只要找到其中的任意一架钢琴并演奏出一支完整的曲子就可以获得免费门票一张,活动吸引了许多游客关注和参与。

据了解,“寻琴记”弹钢琴送门票活动是2017黄龙音乐季游客线下互动主题活动之一,活动举办地黄龙洞则是世界自然遗产张家界武陵源的著名景点,在中外游客当中享有“黄龙归来不看洞”之誉。

■记者 袁欣