

旅游场景

在线出行品质化提速

2018年,不仅是成为社会高频消费人群的“80后”、“90后”,越来越多的“00后”和银发一族也更习惯通过互联网安排出行。旅游的在线化成为了被全年龄段接受的消费趋势。如今网上做攻略,App上下单预订,然后再打个“飞的”出国,已经成为家常便饭。据文化和旅游部发布的《2018上半年旅游经济主要数据报告》指出,今年上半年,国民旅游消费需求旺盛,中国公民出境旅游人数7131万人次,比上年同期增长15%。与此同时,在线旅游预订量也持续增加。一场旅游消费的升级正在进行。

2018年暑期游客人均消费达到4000多元,比2017年暑期多花15%。
国内跨省游人均花费2800元左右,出境游人均花费超过6000元。



上海佘山世茂洲际酒店,又称“深坑酒店”。此类新奇又好玩儿的旅游目的地成了消费升级进程中的热门旅游产品



年轻一派的猎奇游

点点(化名)是一位刚踏入社会的90后,虽然没有多少假期,但点点经常借着周末或者小长假出游世界各地。周五下班拎起行李即走,周一早上又坐红眼航班飞回,周边游对他来讲似乎司空见惯。在点点看来,即便出去玩,也要玩得与众不同。酒店不见得是很豪华的,但是特色是一定要有的。

同样的旅行者还有微微,微微喜欢探究当地文化,在她的旅行计划中,住民宿是必要环节。浙江的古镇老宅、厦门的石墙小院、上海的弄堂公寓……在微微看来只有这样住下来才能够“触摸”那些当地文化,才能“打听”到连“度娘”都未必清楚的陈年往事。闲时,微微就将她的经历记录下来,同时在微博和微信上进行分享,也吸引了不少粉丝用她的方式开启一段旅行。

点点表示,此前一个人旅游的时候,携程、蚂蜂窝等在线旅游App必不可少。通过携程订机票、酒店也成了出行中的常态。在到达目的地后,又通过旅游攻略或国外的点评网站找到当地人喜爱的景点、餐厅,甚至通过在携程等软件上直接买到目的地的门票。

实际上,不仅仅是像点点这类刚踏入社会的90后,还有很多大学生也加入了旅游出行的大军。根据携程方面提供的数据显示,2018年暑期,出境跟团游出行人数上涨明显,人均消费达5300元,其中南美洲成为“最贵”的目的地,人均消费超过3万元。此外,像南极

游等高端旅游产品,也不再是高端商务人群的专属。据了解,南极游产品的价格从5万元到64万元不等,根据携程最新发布的《2018-2019中国人南极旅游报告》显示,在预订的南极游订单中,其中40%来自线上,这其中很大一部分人群为“80后”、“90后”。

点点认为,他更青睐通过详细的规划后,再进行一场说走就走的旅行。在选择旅游目的地时,比较偏向于与众不同的目的地,比如摩洛哥、欧洲南部的直布罗陀,这些是大家听得比较少的地方。去这些目的地的体验,一开始或许是从网上看到一个照片有所感触,就会产生查询资料奔赴现场的冲动。同时,对于“90后”的点点来说,在出游时通常喜欢一些比较刺激的运动项目,经常会和朋友一起体验诸如滑雪、跳伞、潜水等运动。

针对目的地方面,一些OTA(Online Travel Agency,“在线旅行社”)也在最开始简单的商务差旅预订的基础上,增加了很多目的地功能。例如,携程在今年推出了美食类点评的美食林,携程方面相关负责人表示,企业开发了美食林榜单,主要是想帮助旅行者在全球旅行途中都能找到当地人也推荐的餐厅,美食是旅游中不可或缺的一部分。携程美食林CEO刘晓舟此前曾表示,除了美食,一些偏高端的红酒也越来越受到年轻人的喜爱,当下“80后”、“90后”更喜欢浸入式的体验。



家庭出行的品质游

除了年轻人的猎奇游,如今亲子游已经成为旅游的主流。根据携程方面提供的数据显示,在跟团游中,亲子家庭出游依然占比最高,占到57%。

作为“80后”的代表,晓然(化名)便是亲子人群中的一员。每次出行,晓然都会带着孩子去。晓然告诉北京商报记者,日本、新加坡等国家非常适合亲子游,时间短且目的地较发达。同时,她在国内通常会选择自驾游,因为自驾车有安全座椅,相对参团游来说对孩子更安全,同时给孩子携带物品也更方便。在国外,她多半会选择报自助旅游产品。

除了常规目的地,晓然还坦言,邮轮旅游也非常适合小孩。邮轮各条线路,可以出发去不同的国家和城市,并且孩子在船上玩也相对安全,且邮轮还可以安排很多娱乐活动,此外一些国际化的交流场景也十分有利于孩子学习外语。

实际上,近年来针对亲子游市场,无论是跟团游还是自助游,以及邮轮游都在潜移默化地发生着旅游消费升级。此前媒体报道指出,暑期游已经成为各大学习机构争相捞金的机会,而各大游学产品也不尽相同,价格也从2万元到5万元不等。在采访中,一些游客表示,相较于普通的旅游产品,游学产品价格更高,利润也更大。不过,在调查中,北京商报记者还发现,以往的游学旅游经常住在学校或者经济型连锁酒店,而现如今一部分游学住宿已经改为高端酒店。

