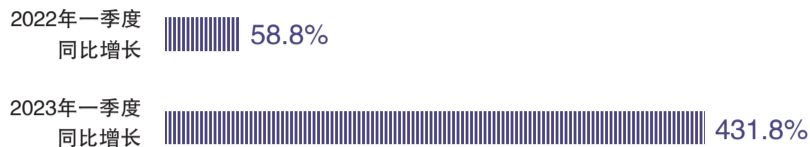
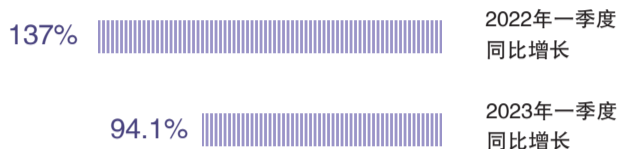


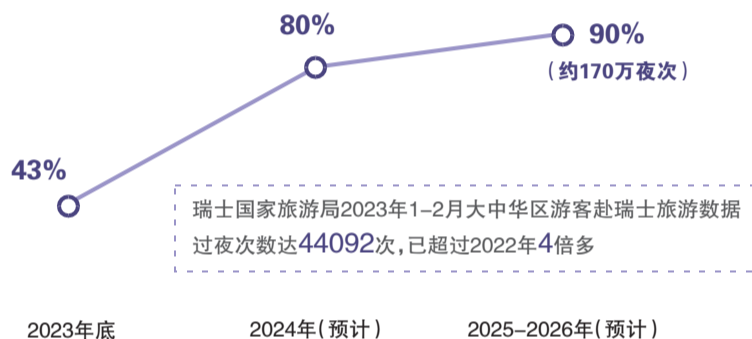
小红书近年来关于泰国出游相关笔记数据



小红书近年来关于瑞士的相关笔记数据



瑞士国家旅游局预计2023-2026年大中华区市场旅游恢复情况数据



专家点评

北京第二外国语学院首都文化和旅游发展研究院执行院长厉新建:

流量是机会 也是试金石

在旅游市场,流量带来了新的机会,同时也是检验目的地旅游市场的试金石。网络时代,流量来得快去得快。如果流量来了,没有合适的产品和服务来承接,或者承接能力不足,来的人越多,管理和服务的挑战也越大,因此也越容易形成负面口碑,从而正向流量转为负向流量,反而影响发展。

尚游汇文旅董事长钟晖:

学好传播 景区宣传效果倍增

除了要通过社交媒体打造网红景点和目的地,传统的“顶流”景点也要利用好社交媒体。一些传统的旅游景区文化价值本身就已经十分丰厚,如果能够充分利用好传播,做好旅游“种草”,其宣传效果也会叠加,文化价值会得到更好的传播。

实际上,无论是旅游“种草”还是社交媒体,都只是创造市场影响力的渠道和工具,旅游最终还需回归自身价值,同时做好配套的旅游服务。

“遥望阿尔卑斯山”

不只是内地小城或陌生景区,与中国游客暂别的三年中,部分热门境外目的地不断通过“种草”向中国游客传递友好的信号。

来自瑞士国家旅游局提供的数据,2023年1-2月,大中华区游客赴瑞士旅游产生的过夜次数达44092次,虽然距离2019年仍有差距,但该数据已超过2022年4倍多。2月6日,首批中国公民赴有关国家出境团队旅游和“机票+酒店”业务才刚刚恢复,而该数据也显示出瑞士旅游恢复的速度。

作为第一批恢复中国出境团队游的目的地,瑞士在中国放开后取得开门红,得益于该国旅游局在过去三年,对大中华区市场坚持的一件事——“种草”。

自2020年至今年初,瑞士国家旅游局连续三年举办“你需要假期,你需要瑞士”冬季版推介会。尤其借助2022年北京冬季奥运会,瑞士国家旅游局更是给中国诸多冰雪爱好者心头埋下了种子。

而“推介冰雪资源、遥望阿尔卑斯”更是瑞士国家旅游局每年的必修课。

瑞士国家旅游局方面预计,自由行客人、商务客人及高端旅行者将作为第一批游客首先返回瑞士。“到2023年底大中华区市场的回归将到达43%,2024年预计到达80%,2025-2026年到90%(约170万夜次)。”瑞士国家旅游局预计。

不仅仅是瑞士,疫情以来,旅游市场陷入低谷,很多旅游目的地

都减少甚至暂停了对旅游市场的投入,特别是传播端,但包括泰国、瑞士、南非等国家旅游局依然坚持“种草”中国市场。

泰国国家旅游局过去3年在中国市场多次举办“云推介”。其中,2020年9月25日,作为泰国国家旅游局北京办事处的首届在线推介会,旅游局邀请了40家泰国当地地接社、酒店、景点等机构和企业共同参与此次活动。

南非旅游局亚太区首席代表曼苏尔·穆罕默德直言:“三年来,我们一直为中国出境游市场的重启准备着,包括时刻保持着与中国旅游企业、媒体的正常工作沟通,持续更新最新的南非旅游线路和资源,协助中国旅业伙伴优化产品等。”

除了线下的“种草”,近年来,随着社交媒体、自媒体传播速度的增长,越来越多的外旅局也开始在社交媒体上进行宣传。

同样以瑞士为例,去年9月,瑞士国家旅游局入驻小红书,发布的内容包括瑞士环火车之旅、卓别林大世界等各种旅游玩法,短短半年时间获得2.7万粉丝。除了官方发布的内容外,各种旅游机构和旅游达人也在“种草”瑞士旅游。

据小红书提供的数据,近年来关于瑞士的相关笔记十分受欢迎,2022年一季度瑞士出游相关笔记同比2021年一季度增长137%,2023年一季度同比2022年一季度增长94.1%。

“种草”容易“拔草”也容易

如果没有社交平台的兴起,就没有小镇们和新兴景点的“火爆全网”。

在病毒式的传播速度之下,任何偏远小镇都拥有了更多展示自己的机会。但“红”了之后,当地能否持续抓住游客的心、旅游服务能力是否健全、交通设施是否方便等,都成为摆在国内旅游目的地面前的一道难题。

2020年11月,一个藏族男孩丁真的“微笑”带火了甘孜理塘,他所在的甘孜理塘也成为了2020年最火爆的旅游目的地。据携程数据,当时仅用一周的时间,甘孜理塘的搜索量就猛增620%。不久以后,关于理塘的基础设施薄弱、旅游景区稀少、IP后续乏力等问题不断显现,在随后的时间里,理塘再上热搜的话题大多为“吐槽”。

洪崖洞能够成功,除了恰到好处地借势“种草”,所在的城市重庆作为相对成熟的旅游城市,接待能力成为基本保证。

围绕洪崖洞,为了更好地服务游客,重庆市已连续几次节假日为

洪崖洞游客封路断桥,只为让游客找到拍摄洪崖洞的最佳角度。

还有不断戳破的“旅游照骗”的案例,先有三亚清水湾的蓝色小屋,被笔记列为“超好拍秘境”,一度在网上爆红,但游客实际前往后,却发现这里只是一栋破旧的小木屋;后有内蒙的网红帐篷营地,实际上却是一片荒芜的黄土,绿草稀疏杂乱,设备破烂不堪;更有被包装为“杭州小三亚”的金沙湖公园,被网友扒出沙滩是假的、棕榈树萎靡、湖也死气沉沉……

如果说上述“滤镜景点”撕下“外衣”后顶多能叫“拔草”,那么彭州龙漕沟山洪事件,给流量裹挟下的网红景点彻底敲响了警钟。

2022年8月13日,小鱼洞社区龙漕沟突发山洪,河道未撤离游客被卷入山洪,造成7人死亡。随后媒体证实龙漕沟是一处未开发景区,且多发洪水,但近两年,龙漕沟频繁出现在社交媒体。“小众宝藏景区”“逃离城市喧嚣”一众标签之下,旅行的底线——安全被彻底忽视。