

旅游“暑期档”蓄力待发

本报记者 张雪

消费调查

7月,各地大、中、小学生即将迎来暑假时光。按照惯例,旅游市场将开启繁忙的“暑期档”——毕业旅行、亲子游、研学游纷纷上线。

暑期出游意愿高涨

不久前的端午节小长假,我国旅游市场呈现有序回暖态势,消费需求的有力释放增强了市场信心。业界有观点认为,端午节假期可能成为2022年旅游经济运行的转折点,并为暑期和下半年旅游经济运行奠定稳中向好、好中向优的市场基础。

端午节过后的暑期历来是游客出游高峰。“终于考完了!我要和同学们好好放松一下。”北京师范大学附属中学高三学生李嘉桐告诉记者,她和同学们已经预订了北京怀柔区的精品民宿,是一个四室一厅套房,面积300平方米,评分4.8,有用户点评说,周边风景好,房屋空间大,可以自己做饭,适合朋友聚会。“我们打算白天去周边看看风景,晚上大家一起动手做一顿丰盛的晚餐,坐在院子里一边吃着自做的晚餐,一边仰望星空,多美!”

“大、中、小学生将迎来暑假,现在暑期旅游市场已经启动,‘暑期档’带动旅游市场加速复苏的势头强劲。”去哪儿旅行网CMO黄小杰说。数据支撑着她的判断,去哪儿旅行网大数据显示,6月1日至15日,全国酒店预订量较5月后半月环比增长超过一倍;近一周,暑期机票预订量环比上一周增长近3倍,景区门票预订量上涨幅度达到近六成。

6月9日,携程旅行网发布的数据也显示,近一周暑期机票订单环比增长162%;酒店预订环比增长超五成。“暑期的到来让更多年轻群体、亲子家庭出游意愿高涨。近期疫情好转叠加政策利好,近一周各业务的增长数据都指向暑期市场的回暖。”携程研究院行业分析师方泽茜说。

同程研究院首席研究员程超功表示,目前各地都出台了涵盖文旅消费领域的系列促消费政策,无论是力度还是覆盖广度都是空前的。“促消费政策一方面将直接拉动消费,另一方面可以在社会层面掀起一轮消费热潮,重新激活被疫情压抑的消费热情。”与此同时,他表示,“旅游行业疫情防控政策最大的调整是将跨省熔断机制的实施范围由省一级缩小到区县一级,从而避免出现2021年暑期多省级市场同时熔断的情况,这将成为政策层面对今年暑期旅游市场较为直接的支撑。”

多措并举刺激消费

日前,福建武夷山市宣布,从2022年6月18日起至2022年12月31日,在严格落实疫情防控工作前提下,武夷山主景区向全国游客免门票。此外,针对暑期旅游市场,武夷山市还推出了一批精品旅游产品和线路,其中包括自然、文化、科技等7类研学产品。

为有效刺激旅游消费市场复苏,近期已有福建厦门鼓浪屿、上海海昌海洋公园、湖南

今年上半年,受疫情影响,积极寻求复工的旅游业走出了一条起伏的曲线。7月,进入一年的下半场,一面是游客渴望释放的消费需求,一面是商家翘首期盼的全面复苏,两者交汇的“暑期档”能否擦出漂亮的火花,为下半年的旅游市场开启“开门红”?



图① 游人乘观光车在湖南省张家界武陵源区十里画廊游玩。 吴勇兵摄(新华社发)
图② 在贵州省黔东南苗族侗族自治州,游客在体验晾晒茶青。 梁文摄(新华社发)
图③ 在重庆市南川区,不少市民游客搭帐篷露营,亲近自然。 瞿明斌摄(新华社发)

张家界、陕西华山、江西庐山、吉林长白山、贵州黄果树瀑布等多个知名旅游景区开启免票活动;另有相当数量的景区推出针对学生、本地居民、医务工作者等免门票或其他优惠政策;云南、海南等地还通过发放各类文旅消费券刺激消费……

携程旅行网数据表示,截至目前,携程平台张家界国家森林公园0元票累计销量近4000张,6月至今整体销量环比提升667%;庐山风景区自6月6日起实行免门票政策,最初三天就接待了游客5.38万人,有效刺激了市场复苏。

方泽茜表示,暑期市场对于景区的重要性不言而喻,免门票等优惠政策不仅可以提升景区吸引力和口碑值,帮助景区积极争取游客,还可以促进景区餐饮、周边、地面交通等二次消费,为景区带来营收增长。“在‘去门票经济’背景下,景区加快向多元化、开放式休闲度假转型,提高创新性营销与高质量服务的能力,也是自身迭代发展的大势所趋。”

6月25日,北京环球度假区恢复营业。在携程平台,记者看到,北京环球度假区跟拍写真预订火热,两款评价5分产品分别已售出1000多份和900多份。有消费者留言:“看评价不错,所以和闺蜜一起约了这个跟拍。真的很好,强烈推荐。”“3人内1小时精致跟拍238元,60张底片+6张精修图;4人内2小时精致跟拍398元,100张底片+10张精修图,我觉得价格挺合适的。”已经和同事一

起预订了跟拍写真的北京西城区居民张颖告诉记者。

瞄准暑期市场,顺应游客需求,各大在线旅游平台近期纷纷推出暑期营销活动。6月16日,携程正式启动2022“夏日畅游节”。目前已有近500家景区通过携程上线优惠产品,并推广当地文旅补贴及景区优惠,这一轮合力拉动旅游市场复苏的活动已覆盖安徽、福建、广东等26个省区市;飞猪旅行网启动“618”大促,参与大促的货品数量同比翻倍。“许多热门套餐商品进一步扩大预约空间,日期覆盖暑假及周末,一些商家还推出了暑期出游不加价的承诺,进一步激发了消费者落地出游计划的愿望。”飞猪“618”项目负责人舒琛说。

亲子研学拉动复苏

“每个寒暑假,我都会给孩子报名研学团,孩子可以边玩边学,通过带队老师讲解、动手参与制作等环节,了解名胜古迹和文物背后的故事,让孩子对我国悠久的历史有一个感性的认识。”家住北京市丰台区的张晓蕾说,即将到来的暑假,她打算为孩子预订参观故宫博物院的研学团。

暑期是研学游、亲子游的消费高峰。携程游学负责人介绍,今年的亲子游学和夏令营产品较往年,在团队规模上更为精致,小团出行占比居多;出行方式更加多样化,包含房

车游、SUV小车出行等;研学活动的主题更为明确,例如沙漠徒步、观星等主题较受亲子家庭欢迎,历史人文类,如博物馆、丝绸之路,科学探索,如观看火箭发射等产品近期搜索热度持续升高。鉴于对暑期亲子游市场的信心,携程游学业务上线了数百条亲子、研学旅游线路,产品数量是2019年的1.5倍,其中儿童独立出行的产品占全部产品的46%,亲子出行占54%。

黄小杰介绍,从供应端和市场调研来看,今年研学、义工的暑假产品类型销量增幅较高。研学产品的消费人群主要以中小學生居多,主打博物馆类研学、自然露营徒步类;针对高中生,主打“义工+旅行”,如藏香制作、水质检测、藏文化及语言课堂、羊湖垃圾清理、唐卡绘制等。

程超功判断,今年暑期旅游市场的中短线亲子游需求将是主力,尤其是周边亲子游需求有望迎来较大增长。亲子游需求的恢复构成了整个暑期旅游市场稳定复苏的“引擎”,将带动家庭游需求,对总体客流量的恢复起到较强的拉动作用。

他表示,疫情发生以来,国内旅游市场涌现出了丰富多彩的新消费热点,从剧本杀到电竞酒店,再到近期的露营热,展现出了消费多元化的巨大潜力。“预计新消费热点在今年暑期旅游市场仍将占有重要位置,多姿多彩的夜游市场、周末微度假、乡村游、旅居避暑等,都将为整个暑期市场增添不少亮色。”

市场瞭望

举办大型商品展销活动、发放消费券、打折让利、家电下乡……近期,各地采取的多项促消费措施,有力促进了城乡居民消费,取得了较好成效。不过,在一些地方,由于跨区域运输不畅,一些外地商品运不到当地,因而可供消费者选择的商品种类和数量不够丰富,影响了更广泛人群消费,影响了消费规模扩大。

近年来,为促进消费,国家层面出台了一系列政策措施,各地基于地方经济现状和产业发展情况,也推出了一系列措施。例如,针对不同行业领域发放特定的消费券,时效性强,社会影响面广,实现了乘数效应,拉动了消费,带动了经济回暖。

但是,消费的落脚点还是在商品上。从需求端看,随着生活水平的提高,除了粮油肉蛋奶等基础性消费品和衣食住行等方面的生活必需消费品,很多消费者还愿意购买“新商品”。例如,近年来人气很旺的方便实用又时尚的小家电、悦己产品等,消费结构呈现出多层次、多样性、多形式的特征。

伴随着消费升级,近年来新产品、特色产品不断涌现,正在引领消费潮流。随之而来的一个问题是,一些特色商品在当地可能已经是“老生常谈”,消费者见怪不怪,市场空间趋于饱和。但是,在其他地方却是“物以稀为贵”,因为有新奇感而大受欢迎,市场空间充裕。这种不同地域之间市场需求的不同,就对不同地域之间商品流通规模扩大提出了要求。如何实现商品供给和商品需求之间相匹配、相适应,从而保证消费的实现,进而提高消费水平?这就需要商品流通环节的畅通。

保畅通,就是促消费。只有货畅其流,才能使商品满足社会生产消费和生活消费的需要,商品才不会在某一环节发生“梗阻”,商品的经济效益才能提高,不仅满足消费者需求,也促进产品创新,有利于市场竞争和产业提档升级。

首先,要全国一盘棋,健全现代流通体系,夯实国内大循环基础,尤其要解决农村地区物流“最后一公里”问题,缩短商品的在途时间,实现“产、运、销”三旺;其次,要运用科技手段,创新运输方式,发展冷链物流服务新模式新业态,优化冷链物流枢纽和通道布局等,充分保持食品等商品的新鲜度,满足人们更高、更多样化的消费需求,为推动消费升级提供有力支撑。

本版编辑 康琼艳 美编 王子莹

“国潮”遇上百年商业步行街——

文化赋能唤醒城市活力

本报记者 苏大鹏

大连天津街上,人头攒动。漫步在独特视觉体验的光影天幕之下,走在琳琅满目的潮流商品货柜前,现场聆听乐队的“老歌新唱”,前来者都沉浸在独特的“国潮”文化中。

记者看到,以“国潮”为创意,天津街专门布置了“天幕餐饮街区”“浪漫情调街区”“现代电音街区”等多种主题功能区,推出了多家地方特色美食知名品牌和150家大连文创团体的产品展示。在多位大连本地歌手的演唱中,这一活动高潮迭起。

“国潮”与青春相伴。记者注意到,光顾天津街的主要是年轻人。“前几天就听说天津街要办‘国潮’活动,我们几个高中同学专门约好今天一起来逛逛。”刚参加工作不久的大连市民张婷告诉记者。

在前来体验的市民中,有不少手挽古风灯笼、身穿传统汉服的青年人的身影。据介绍,为推进“国潮”文化和天津街更加立体和深入的交互,主办方在活动期间将发放1万盏古风灯笼,同时将天津街路灯箱换上二十四节气图片和文字,为国潮街区增添更多的沉浸式体验。

大连市民赵佳明边观看着精彩的文化活动边对记者说:“这条街好吃、好玩又好,大连的夜晚真是越来越潮,越来越热闹了。”

恰逢暑期旅游旺季,此次天津街提升改造系列惠民活动专门开发了一系列文旅产品。记者在现场看到,威武霸气的机甲巨兽“擎天牛”吸引了众多市民拍照打卡,歌舞表演、京剧演出、露天观影、“国潮”文化快闪等活动悉数登场,令人目不暇接。

“这让我们想起当年那条人挤人的天津街。”居住在天津街附近的大连市民李赫感慨道,“近些年,天津街越来越冷清,商家越来越少,没想到‘国潮’活动让这里又重新焕发出青春与活力。”

在大连海鲜美食文化体验区,当地惠美美食公司旗下的烤冷面、焖子、小丸子等20多种特色小吃,都出现了原料供应加急的情况。

“作为天津街提升改造系列惠民活动的开篇,我们通过举办‘国潮涌动天津街’活动,让传统文化与当下时尚融合,让大连的文化特色、美食特色、潮流特色汇聚在天津街,为消费者带来全方位的体验与感受。”天津街改造提升办公室、天津街改造提升工作专班街区运营管理组组长王叶红对记者说。

据统计,仅6月18日至19日两天,天津街就迎来超百万人次光顾。在“国潮”文化的映衬下,这条城市商业老街的生机与活力正在被重新唤醒。



在大连天津街上,各类文艺演出吸引了很多消费者前来观看。

本报记者 苏大鹏摄

当“国潮”文化遇上百年步行街会带来怎样的效应?6月18日,大连天津街提升改造系列惠民活动正式拉开帷幕。在首期“国潮涌动天津街”主题活动的带动下,沉寂多年的天津街迎来“高光时刻”,日客流量达到50多万人。

活动当天,有着百年历史的商业步行街