

H 热点

旅游旺季序幕开启，个性化产品走俏

私人定制游 体验不一样的海南

■ 本报记者 赵优

国庆中秋喜相逢，8天假期叠加而成的“超级黄金周”让海南省取得了漂亮的成绩单。作为秋冬季节国内外游客喜爱的热门旅游目的地，海南由此拉开旅游旺季的序幕。

在自驾游、自助游大行其道的旅游市场中，我省旅游企业针对不同的游客类型，纷纷推出不同类型不同档次的旅游产品，个性化定制海南游产品成为旅游企业迎客的招牌，以个性化产品和优良服务让游客体验海南魅力。

深度自由行体验趋势明显

日前，国家旅游局数据中心发布2017年“十一”中秋长假旅游大数据。《2017年国庆、中秋长假乡村游大数据报告》显示，相较于往年“十一”飞机、火车一票难求的状况，越来越多的人不论旅游还是探亲都开始选择自驾出行。

海南的大小景点随处可见年轻的“背包客”，各大景区停车场内停着挂着外地牌照的私家车，“海南自由行攻略”遍布各大网站论坛……随着人们生活水平的不断提高，自主消费和个性化消费的意识也不断提高，在旅游方面就表现出一种个性化、体验化、散客化的趋势，半自助游、定制自由行这种旅游新业态逐渐成为海南旅游的一种潮流。”省旅游发展研究会会长王健生表示。

随着北方逐渐转冷，海南成为国内热门的旅游目的地。携程、艺龙、途牛、驴妈妈……记者随手打开国内知名的线上旅游服务网站，饮食、景点、酒店、车辆等各项旅游需求都有明确的定制选择，想来一次海南游，只需在相关的内容图片旁勾选，就能完成下单，还有“个性需求”的选项，供游客们把自己对于旅行中的特殊需求提交，整个定制过程十分简便快捷。驴妈妈网国内产品中心相关负责人告诉记者，从驴妈妈网收到的海南游客来看，大家更热衷于自由行的方式畅游海南，自由行客人已经大大反超跟团客人。

海南康泰旅游股份公司产品研发部副总经理黄晓玲表示。现在许多年轻人工作忙碌，有些人并没有时间提前做旅游攻略，宁愿多花一点钱参加各大在线旅游平台和旅行社推出的高品质度假休闲产品。去海南来一场深度游，已经成为更多游客的选择。



龙沐湾落日美景。本报记者 张茂 摄

细分市场推出定制产品

近几年，海南跟团游产品接待品质和服务质量都在提升，从走马观花型的跟团游提升为度假休闲的跟团游。根据秋冬市场的特点，我省旅行社不断细分市场，升级优化不同类型个性化旅游产品。

为让亲情回归，有旅游公司推出“咱爸咱妈”等系列产品，定制适宜老人出行的全天运动量，让无法陪伴老人的儿女尽一份孝心；第四季度是企业年会和员工休假的集中时间，为此，旅游企业针对奖励游推出高性价比旅游产品，主打高端酒店入住和免税购物游；对追求深度游的客人，推出“原美”度假品牌，以“玩到哪，住到哪”的独特产品设计理念，推出了微度假和纯度假产品，给予游客人性化、特色化的深度体验。

海南省旅游客运服务中心提供的数据也显示，长假期间，承租企业租用的车辆以3天以上的常规团居多，约占总团量的70%，车型结构以30座以下的小车为主，占比70%，非海口、三亚旅游团队行程租车，约占租车总量的13%。

海南自驾游，除了游客自己驾车长途奔袭过来游玩，飞到海南后自主租车自驾游玩外，还有一种新玩法：散客自驾拼团。散客自驾拼团大都为亲朋好友组成的5至10辆车规模的团队，游玩路线和行程的自由度很高。

一旅行社推出的“我爱海南、全域自驾”系列产品成为国庆中秋假期的“网红”。“一路飞驰迎风，畅意而行；美景驻足停留，率性随心；见未见过的风景，吃未吃过的美食；满足求知欲，体会新鲜感；拥抱地地道的大海南。”这段广告词说到了很多自驾游游客的心里。最受欢迎的短线路产品不是在电子行程单上的那些

常规地点，而是连级别都没有的一些偏僻海湾、山间小溪、雨林河流。

“环线游、东线游、西线游、中线游、一地深游……总有一条线路适合你。”在海南旅享家国旅总经理张惟惟看来，散客拼团自驾并不是简单地将旅行社大巴换成小车，而是时间、路线、行程都更加灵活和具有弹性，可根据团队成员情况和喜好随时进行调整。

跟着会玩的人一起，即便是一样

的产品。由于购买这些产品的多是以家庭为单位的游客，因此，在很多产品中，都加入了亲子活动，设置各种亲子游戏环节，为家长和孩子创造更多的亲密机会，培养亲子感情。也有旅行社旨在让游客围绕大海进行深度旅行，推出系列产品“时光在海边”“在岛中”“海景到位”等，让游客尽情享受海岛度假休闲魅力。

的风景也能玩出不一样的体验。张惟打造的“玩家计划”品牌已经网罗了一批资深玩家——旅游达人。“我们社的知名旅游达人可以给自驾游客不一样的海南体验，可谓圈粉无数。”张惟惟说，旅游达人都是海南本地人，带游客体验海南不仅是一种职业，更是一种热爱。他们来自不同行业，有律师、有桌游达人，在和游客一起深入体验游海南的同时，还能与游客成为朋友，旅行也变得更加有意义。

大数据看双节长假旅游

自驾游客异军突起

《2017年国庆、中秋长假乡村游大数据报告》指出，相较于往年“十一”飞机、火车一票难求的状况，越来越多的人不论旅游还是探亲都开始选择自驾出行。

双节期间

全国自驾游（跨市）游客达到3213万人次，自驾游客平均出游时长达54.44小时，平均出游距离达234.87公里。

自驾游客人均平均消费达到1892元，其中约半数消费为现金支付。

自驾出游人次前五名省份

广东省	江苏省	四川省	山东省	河南省
329万人	315万人	233万人	176万人	156万人

乡村旅游深度体验趋势明显

目前，乡村旅游已成为城乡居民日常和节假日常态化的消费方式。《2017年国庆、中秋长假乡村游大数据报告》显示，2017年国庆中秋长假全国出游超过10公里并6小时（不含工作等非旅游动机）的乡村旅游人次约为2.16亿人次。

全国乡村旅游深度体验趋势明显。

双节期间的全国乡村游

- 游客跨市和跨省出行比重近半，达到了45.32%，其余以本市内游客为主
- 平均出游距离147公里，约为“五一”小长假出行距离的2倍
- 平均出游时间达两天以上，约55.8小时，过夜比例达63.46%
- 48小时以上游客达34.39%
- 从乡村旅游主要出游省份和城市看

广东省	江苏省	四川省	湖南省	河北省	出游客次排名位居前十位
陕西省	安徽省	河南省	福建省	浙江省	



国家旅游局数据中心、中国电信集团公司、中国银联子公司银联商务近日在京联合主办了“国庆中秋长假旅游大数据暨《中国出境旅游发展年度报告2017》发布会”。会上，发布了《2017年国庆、中秋长假乡村游大数据报告》、《2017年国庆中秋旅游消费大数据报告》、《国庆中秋长假全国自驾游（跨市）大数据报告》、《中国出境旅游发展年度报告2017》。

双节日均旅游消费高于其他节日

会上发布的《2017国庆中秋旅游消费大数据报告》，是基于银联商务大数据平台全量数据解读中国国庆中秋旅游消费特点。报告数据来源于银联商务目前服务的680多万商户、260多个服务性行业以及全国范围内18亿用户消费信息，涵盖

省会、直辖市、计划单列市、二级地市、县域、农村等所有地区。报告指出，今年国庆中秋假日均旅游消费人数最高，为春节的2.5倍，五一的1.6倍。其中，中青年人群为旅游消费主力军，旅游消费金额占旅游消费总金额的75%以上。

出境游从“买买买”到“游游游”转变

《中国出境旅游发展年度报告2017》报告显示，总量上中国出境旅游市场与消费增长趋势放缓，结构上出国游的比例提升显著，赴“一带一路”沿线国家游客量增长明显，客源产出上经济增长是出境旅游的主要推动因素、西部地区与“新一线”市场活跃度进一步上升，

目的地消费行为显示出从“买买买”到“游游游”的转变迹象。满意度上中国游客对目的地总体及旅游服务质量的评价较高，其中新加坡、新西兰、美国、日本等国家的游客满意度稳定在前列，越南、柬埔寨、南非等国家的游客满意度指数上升幅度较大。



文/《中国旅游报》 制图/孙发强

H 旅讯

金秋北京推出11处“赏红”景区

据新华社消息，秋意正浓，又到了北京观赏红叶最佳时节。记者从北京市园林绿化局了解到，今年秋天，北京推出11处观赏红叶的好去处，为市民秋游“赏红”提供更多选择。

这11处赏红叶景区景点分布在全市各区，由于最佳观赏时间各不相同，既能延长“赏红”周期，又适合市民错峰出行。

据悉，由于远郊山区温度较低，红叶变色时间要比平原地区早10天到半个月，再加上前几日阴雨天气降温明显，目前北京延庆、怀柔、密云等北部山区的红叶已进入最佳观赏期，八达岭森林公园、蟒山森林公园等地红叶变色率已超50%。近郊以及城区的奥林匹克森林公园、北宫国家森林公园等景区彩叶大概要到本月底才能达到最佳观赏效果。

为丰富北京秋景景观，近年来，北京园林绿化部门加大实施彩叶造林工程。截至目前，已种下彩叶林面积超过40万亩，主要分布在风景名胜区、旅游区、前山脸地区和主要公路、河流两侧等重点区域；在平谷、怀柔、密云、昌平、延庆、门头沟、房山等多区，形成千亩以上彩色景点上百处。

北京市景区将建老年旅游接待基地

据《北京青年报》消息，日前，北京市《老年旅游接待基地服务规范》正式发布，各大景区有望带动周边，面向60周岁以上老年人，成立老年旅游接待基地，并提供多项“适老”旅游服务，同时要求基地应处于生态环境好、空气质量优的区域，连续乘车不超过两小时，具有完备的无障碍设施，并建立健全处理老年游客事故、疾病和其他紧急情况的程序和方案等。

近日，北京市老年旅游服务平台宣告成立，由北京市老龄产业协会承办的北京市第五届老年节活动之一的老年旅游活动周同时启动。同时，《老年旅游接待基地服务规范》正式发布，进一步提升了北京市老年旅游接待基地的服务标准，从组团和接待两方面入手。老年旅游接待基地以提供老年游客休闲、疗养旅游产品为主，具有餐饮、住宿等功能，对开展老年旅游接待具有示范引领作用，面向年龄在60周岁以上（含60周岁）的老年旅游产品消费者。北京市旅游委相关负责人介绍，明年，将面向社会启动公开征集，基地将依托大的景区来带动周边。

按照规范，基地应处于生态环境好、空气质量优的区域，具有良好道路通达性，连续乘车不超过两小时距离范围内，并应有公共汽车到达基地周边，并且距离一级合格以上医院在10公里以内或者半小时车程之内。

四川推出“高海拔地区旅游意外险”

据《四川日报》报道，近日，四川省在全国率先推出“高海拔地区旅游意外险”（简称“高原反应险”），构建起日趋完善的“四川高海拔地区旅游救援保险保障体系”，以解决高海拔地区旅行的安全、救援等问题，为前往四川高海拔地区旅行的人群提供专业的安全保障。

记者从四川省旅游发展委员会了解到，此次推出的“四川高海拔地区旅游救援保险保障体系”，是以“高原反应险”为基础，将政府公共资源和企业资源有效结合，打造“政府+市场”的模式，使两种资源有力对接，做到资源利用最大化，以打造正规化标准化的旅游保险体系。从资源提供来看，政府主要发挥救援救助部门的作用，提供119、120、武警等公共救助资源；企业则承担保险范围内的救助服务。

四川省旅游发展委员会相关负责人告诉记者，“高原反应险”由安世联合保险经纪有限公司和四川快捷318汽车旅馆投资管理有限公司携手打造，在全国属于首创险种，相比一般险种更具专业性和创新性，能为游客提供的安全保障服务也更全面。

“保险针对0—85周岁的游客，特别涵盖了海拔6000米以内地区的医疗保障和救援，保障期限最短为1天，最长可达1年，意外保险金最高可达100万元。”四川快捷318汽车旅馆投资管理有限公司相关负责人介绍说，“高原反应险”囊括了境内旅行人身意外伤害保险、突发性疾病身故保险等11项保障服务，专为来川的中外游客提供全面的高原地区保障，团队旅行、自驾游、高风险运动都在保障范围内，每一个318汽车旅馆营地就是旅行救助服务点。

（李洁）



查找公共账号“海南日报旅游周刊”

或者搜索微信号“hnrblyzk123”

即订阅旅游周刊微信公众号了解更多旅游资讯