



游客在红角岭国际滑翔伞飞行营体验滑翔伞。本报记者 封烁 摄

爱了爱了『后浪』爱上新海南

新营销新玩法抓住年轻游客的心

· 本报记者 赵优

新趋势——『后浪』成为旅游主力军

活在当下的年轻人，有着太多想要旅行的理由：或许是厌倦了朝九晚五的生活，想要去远方看看这个世界；或许是失恋了，想要离开充满回忆的伤心地，去陌生的城市散散心；或许是找不到人生的方向了，想要去一个向往已久的地方重新找回自我；或许是单纯想放假一下，想要出门好好放松放松……

如今，年轻人已经成为假期旅游消费的主力军。携程发布的《中秋国庆假期旅游大数据报告》显示，秋高气爽的天气、良好的疫情控制，让压抑已久的“后浪”们的旅游需求得以释放，“90后”“00后”人群在出行用户中占比超过60%，成为出行的绝对主力军。

疫情防控常态化后，三亚作为热门旅游目的地，各项旅游指标更是创下新高。从游客年龄分布情况来看，“80后”占比最高，为43.57%；“90后”占比34.71%；此外“00后”游客占比3.67%。相较于去年同期，“80后”“90后”年轻游客的比例有了显著增长。

年轻游客的大幅增长，促进了三亚民宿、自驾游、游艇、低空飞行、海上运动、婚纱摄影等业态的爆发性增长。三亚博后村凭借毗邻亚龙湾景区的区位优势，国庆期间40余家民宿的平均入住率超过90%。在携程租车平台上，三亚的人气位居全国第一，日均租车量比去年同期增长了66%，营业额增长了约120%。其中豪华车型、跑车受到年轻人追捧，订单量接近所有车型整体订单量的25%，位居全国榜首。

新契机——线上营销助力产业持续升温

出游年龄结构的年轻化，会直接影响到旅游产品的购买行为。相对而言，“90后”及“00后”游客更偏爱“直播带货”、预售优惠等最新的营销方式，通过提前种草、提前预订，锁定更好的旅行产品。

全新的营销方式，正在成为旅游经济复苏的“引擎”。

在今年国庆黄金周前，三亚市旅游推广局针对迅速增长的年轻游客群体的出行喜好等作了充分调研分析。分析显示年轻游客以情侣、结伴出行形式为主、拥有追求个性网络热度等消费偏好。从9月15日起，三亚围绕年轻客户群进行重点市场部署，以国庆中秋双节出游及年度大促为核心展开一系列营销活动，推出三亚必玩榜单、酒店特惠、超值民宿、门票大促、精选度假等多样化促销产品，推出三亚浪漫婚纱摄影、探访三亚小众深度游、文艺网红旅游大片等多个攻略路线，吸引年轻游客选择三亚作为国庆长假的旅游首选。

线上营销成果显著，在携程三亚蜈支洲岛专场品牌日促销活动中，线上交易额同比增长1121%，抢占华南区销量第一位，跃升携程平台全国景区前三。三亚·亚特兰蒂斯专场品牌日促销活动再创佳绩，线上交易额当日突破8100万元，探店直播观看人数突破321.7万，订单数共计21562单。

记者注意到，三亚海棠湾喜来登酒店、蜈支洲岛等多个景区和酒店也已加入各家OTA平台的双11比拼中，以优惠价格让众多年轻人忍不住“剁手”。

新玩法——旅游偏好蕴藏发展新机遇

求新意、爱打卡原本就是年轻一代游客出游的特征，寻找“新秘境”、不扎堆更成为“后浪”们选择出游目的地的新偏好。

此前，马蜂窝发布了《“后疫情时代”攻略：发现中国新秘境》，其中“中国新秘境”城市榜TOP10为阿坝、酒泉、茂名、儋州、舟山、南昌、中卫、丽江、云浮、钦州，纵观这些新晋小众目的地，并非以往耳熟能详的名字。

除了更倾向于自由、新潮、体验、小众的旅行方式，年轻人出游也更乐于分享。他们拍下图片、视频发到网上，随时记录、分享旅游过程，而在网络上分享的打卡经验、行走日记、漫步攻略，又成为不少年轻人出游之前必做的“功课”。

当线上成为游客被“种草”的重要方式，我省也涌现出一些年轻人热衷的旅游打卡目的地。三亚酒店的无边际泳池、轻松拍出度假大片的网红民宿引来众多游客，神州半岛上的灯塔、万宁山钦湾的燕子洞也成为年轻游客趋之若鹜的地标。“我是在小红书上看到大家发的美照，特意过来万宁打卡同款。”“95后”旅游爱好者兰登表示。像兰登这样的年轻消费者越来越多，他们并不在意旅游目的地地的知名度，也不喜欢扎堆凑热闹，反而更爱追求个性化与小众体验，往往一个综艺节目或者一组图片就能成功给他们“种草”。

也正因为此，我省一些以往并不被太多游客所选择但有特色风光与体验的小众目的地，迎来了旅游发展的新机遇。

三亚游客年龄分布

“80后”占比**43.57%**
“90后”占比**34.71%**
“00后”游客占比**3.67%**

年轻游客出游特点

提前预订**线上**下单
喜爱打卡**网红**点
追求**小众**玩法
注重**体验**
乐于在社交平台**分享**攻略

制图 许丽

『预约旅游』时代提速

· 本报记者 赵优

“您好，请出示您的购票预约码入园。”在三亚天涯海角旅游区新投入使用的游客中心，工作人员正提示游客出示预约信息。

目前，我省各大景区落实“限量、预约、错峰”要求，通过智慧手段持续推进预约旅游，为游客提供智慧化服务。

今年4月，文旅部与国家卫健委联合印发的《关于做好旅游景区疫情防控和有序开放工作的通知》明确要求所有旅游景区建立完善预约制度，通过即时通信工具、手机客户端、景区官网、电话预约等多种渠道，推行分时段游览预约，引导游客间隔入园、错峰旅游。

政策要求、形势所需，“门票预约、分时游览”制度在我省旅游景区实现大范围应用：游客前往景区游览前在景区微信公众号（服务号、订阅号均可）、微信小程序、携程、同程、马蜂窝等OTA平台预约购票，凭本人有效身份证或购票二维码即可扫码入园。

年轻人逐渐成为出游主力军，预约出游以及智慧旅游建设也得以加快脚步。“我们提前在线上购票，选择入园时间段，在这里只要扫码购票二维码就能入园，非常方便。”来自广西的游客曾先生表示，预约制度可以引导游客错峰出游，告别景区人山人海的模式，也能避免门票售罄白跑一趟的情况出现，节省了线下排队购票的时间。

除了预约购票，蜈支洲岛旅游区也在倡导无接触式游玩体验，从购票、验票到项目体验，所有环节均可在手机终端完成。

打开蜈支洲岛的旅游微信公众号，就可直接链接海南省健康一码通，而门票预订、排队预约等服务也着实让游客感受到了方便与快捷。“之前在岛上想玩摩托艇、潜水等项目，得在现场排队等候。现在可以提前在公众号预约挂号，十分贴心。”游客张嘉琪说，只要动动手指就可以购买游玩项目票、选择预约时段并随时查看排队状态，时间到了直接扫码就可游玩体验，不仅能避开人流节省时间，也让游玩过程更加轻松自在。

进入“预约旅游”时代，游客对景区相关的一系列服务也将更加关注。携程通过整理发现，目前最受游客欢迎的景区服务分别是无忧退、在线预约、分时预约、秒入园、语音导览、刷身份证入园、自助售票机、电子地图、游客点评和扫码购票。其中，便捷售后和预约购票是游客关心的重点，这也将成为未来景区智慧化建设的重要内容。

智能技术应用对于年轻人来说轻而易举，但在智慧化旅游推进的同时，我省景区针对特殊群体实际需求，通过人工辅助等人性化服务方式，让预约旅游更加贴心。

“暑期有许多家庭游客到景区游玩，子女都会提前在手机上帮老人预约购票，一般来讲问题不大。”三亚天涯海角游览区市场营销部副经理赵桂媛介绍，景区充分考虑老年人需求：游客中心安排专门的工作人员接待老年游客，耐心指导老年人操作手机、扫健康码入园，同时，景区也保留了传统渠道，为不熟悉预约操作的游客提供现场购票服务。