



国产旅游品牌正在崛起

文化成国产旅游品牌发展关键词

近日,马蜂窝旅游网和中国旅游研究院共同成立的“自由行大数据联合实验室”发布了《文旅融合:全球自由行报告》,报告指出,2018年中国旅游市场规模持续增长,中国本土旅游企业的实力也不断增强,在旅游消费市场上形成了强劲的竞争力,中国国产旅游品牌正在崛起。中国文化产业对旅游产业的带动作用日益凸显,逐渐成为旅游体验的重要元素,提升着旅游产业背后的文化附加值。

“借助本土文化优势与不断提升的综合实力,很多中国旅游企业走向品牌化的经营之路。国产旅游品牌的崛起,是中国旅游企业加速实现从‘老旅游’向‘新旅游’时代发展的体现。”马蜂窝旅游研究中心负责人冯饶称,2018年是中国文旅融合的元年,2019年市场仍将继续

释放势能,涌现更多顺应时代潮流、勇于创新、敢想敢试的中国旅游品牌,为游客提供更加优质和个性化的旅游服务。

国产旅游品牌全面突围

报告显示,2018年上半年国内旅游人数达到28.26亿人次,比上年同期增长11.4%,中国游客的出境游意愿仍在迅速增长,保持着世界第一大出境游客客源国的地位。2018年上半年,中国公民出境旅游人数达到7131万人次,比上年同期增长15%。与此同时,中国也正在从旅游大国,向旅游强国持续迈进,报告指出,大量中国旅游品牌正在逐步赢得市场的青睐。

马蜂窝大数据显示,2018年境内热门经典中排名第一的是广州长隆野生动物世界,珠海长隆海洋王国

则位列第三。近年来,长隆通过与央视春晚和《爸爸去哪儿》《奔跑吧兄弟》等多个热播综艺合作,将公园的风景和动物展示给来自全国各地的游客,为游客提供了具有吸引力的旅行启发。

2018年中国的博物馆也表现出强大的生命力,秦始皇兵马俑博物馆跻身主题公园之间,总体热度排名第二,另一个重量级博物馆——北京故宫博物院,排名第六。另一现象级综艺《国家宝藏》同样为各大博物馆带来赞誉,它们代表的文化内涵以轻松愉快的方式走进人们的生活,众多博物馆的品牌知名度不断提升,一些博物馆主题的网店也逐步开张,继续增强其品牌影响力。

文化助力旅游发展

近年来,中国游客的旅

行经验不断增长,主题游逐渐成为新的旅行风潮。马蜂窝大数据显示,除了海岛游、主题公园等传统热门主题之外,世界遗产成为年轻人追逐的新旅游主题。

2014年上映的电影《后会无期》捧红了浙江的东极岛,2017年电影《冈仁波齐》再次点燃了西藏的旅行热潮,《疯狂的石头》《火锅英雄》等多部电影则是重庆旅游热度不断攀升的法宝。遍布中国大地的53处世界遗产,也成为年轻游客打卡的新热门主题。其中,热度最高的是结合博物馆功能的两大世界文化遗产——秦始皇陵及兵马俑、故宫(北京/沈阳),四川大熊猫栖息地则是最受关注的世界自然遗产,与大熊猫近距离接触是不少中国游客的情结。

人民网

春节旅游 晋升“新年俗”

文化景区满是年味儿



故宫成为春节期间最热门的景点之一。 资料图片

还有不到半个月的时间就是春节,返乡的、探亲的、放假的人早早加入了抢票大军,而旅行过节的游客也已做好了行程安排。当“一票难求”成为春节常态,春节出游演变为新年俗,旅游市场也迎来火热期,各地开启“中国春节时间”,文化景区满是年味儿。

春节研学游亲子游受青睐

据驴妈妈数据显示,春节期间,北京、上海、广州、三亚、杭州被看作是“游客最喜欢的过年城市”,虽然有大批青年远离城市返回故乡,但更多的游客来到城市欢度春节。历史气息浓厚的西安、洛阳、开封、成都等城市也大受欢迎。

驴妈妈数据还显示,在春节出游的游客中,研学游、亲子游、冬令营更受年轻家庭的青睐。同时,年轻人较容易接受旅游过年的方式,80后占出游人群的30%,不让一年中难得的长假在走亲访友中平淡渡过是他们的首要目标。而上海、北京、深圳、成都、广州的游客比起串门过年和在家平躺,更爱外出走走,无论是出境游、国内游、周边游,还是景区一日游都颇为热门。

文化景区的搜索量上升

春节临近,文化景区的搜索量就已上升了70%,东北杀猪菜、广东赏花、舞龙表演、划旱船、曲艺、庙会、烧头香、社火等各地特色习俗丰富了游客的过年旅程。故宫博物院、阆中古城、华清宫等年味浓厚的景区营造的传统文化氛围深受游客追捧。除了民俗类的景区活动,带有祈福氛围的景区如峨眉山、南岳衡山、舟山普陀山风景区、五台山吸引大量游客前往。

为了迎接新年,故宫动用885件(套)文物,首次最大限度地还原清代皇宫过大年的场景,让每一个前往参观的普通人仿佛穿越时空,化身为格格阿哥,切身感受康乾盛世的过年景象。此次故宫推出的“贺岁迎祥——紫禁城里过大年”系列活动吸引了大批游客的关注,一跃成为春节期间最热门的景点之一。而西安,这个华夏文明发源地举办的2019“西安年·最中国”活动为所有游客奉上精彩纷呈的节日盛宴。春节期间,各地景区活动争奇斗艳,为游客准备了一重又一重的惊喜。

人民网

多项利好政策带动 春节租车自驾游市场井喷

春节假期临近,不少游客都开始规划出行。随着高速免费政策延续,以及多项针对自驾游、租车游的利好政策,业内人士预计,不论是国内游还是境外游,春节期间自驾、租车市场都将迎来井喷的现象。

国内自驾市场潜力巨大 目前配套仍不完善

今年春节假期期间,全国高速路免费通行,为计划驾车出行的游客提供了便利。同时,近日《文化和旅游部关于提升假日及高峰期旅游供给品质的指导意见》中也指出,鼓励开发自驾车房车营地,加大自驾车房车游等旅游新业态建设。

来自携程旅行网的预订数据显示,从今年春节的租车自驾预订情况看,国内同比增长超过70%,国内旅客租车自驾的首选是三亚、海口、昆明、成都和广州5个目的地。记者了解到,面对如此大的市场增量,国内各地政府部门以及相关企业也在大力开拓租车自驾市场。比如,皖苏浙沪四省市文化和旅游部门便联合推出了长三角城市群“茶香文化”“江南水乡”体



租车自驾游过节成新时尚。 资料图片

验之旅和十大自驾游线路。新疆自驾车运动协会也与相关企业合作,推出了“去新疆在线”产品,把自驾车运动旅游规划成常规、特色、定制、特种、境外自驾五大产品。新疆自驾车运动协会主席邢福强说:“随着人们休闲旅游意识不断增强,新疆乃至全国的人均汽车和摩托车保有量逐步提升,越来越多的人参与到汽车和摩托车、自行车自驾运动中,形成良好发展态势,受到人们追捧,未来发展前景可期。”

此外,业内人士指出,我国很多地区地形地貌多样,适合开发自驾车旅游,但相

关配套仍需完善。

境外租车游增量明显 家庭游客是主力军

不光是国内自驾游增长迅速,今年春节出国过年的游客也有很多人开始选择租车、包车等形式。

来自皇包车旅行的预订数据显示,日本仍然是最热门的春节包车旅游目的地国家,而从用户在目的地包车的消费表现来看,冰岛的包车游花费拔得头筹,用户平均花费达到接近7万元,以色列次之,东南亚各国家和地区仍是最经济划算的出境包车游选择,在巴厘岛、

苏梅岛、兰卡威、沙巴等地,一日包车游仅需约400元人民币。而租租车平台的数据则显示,上北广深杭成为春节境外租车自驾游订单来源最多的5个城市,美国、澳大利亚、新西兰是热门的目的选择,同时在春节选择境外自驾游的客人中,30-39岁的客人最多,占比达到47.08%。皇包车旅行方面表示,70、80后是出境包车游的主力军,整体比例超过70%,家庭游客是主力军,这和春节家庭出游的趋势吻合,而且包车游与家庭游的契合程度本身也非常高。

综合