



心动夏季

草原

新趋势：

2021国内草原游市场：“千面草原”、复合型体验成流行趋势

健康至上、绿色休闲的生态游成为旅游业增长最快的板块之一。随着生态草原游即将在6月开启黄金出游季，且横跨暑假，成为一直持续到8月底的“暑期最强档”出游主题，今年的草原游产品受欢迎程度如何？选择上较往年有何不同？类似问题成为不少游客关心的问题。

据同程国旅境内游CEO周中伟介绍，随着国内疫情的逐步稳定，草原游的需求也逐渐增加，受欢迎程度空前。从同程旅游当前的咨询预订情况看，用户的草原游跟团喜好从此前的特价团以及动辄四五十人的大团，转变为2至8人、出游舒适度更高的私家定制团。客群主要以30岁至50岁女性为主，其中带孩子的家庭游客占比较高，消费能力也更强。

“如今，用户更关注出游的安全性和私密性，更愿意选择空旷、亲近自然的旅游目的地，草原、沙漠、湖泊、森林、奇石等目的地因此受到推崇。预计今年暑期的草原游市场会出现比较明显的复苏。”周中伟表示，因草原游多为5日以上、行程较远，相比其他类型的出游，建议更早作出安排。

针对今年的草原游市场在选择方面的变化，广之旅副总裁温前表示，依托自然风光、人文环境、游牧文化、配套设施等资源禀赋，国内草原生态游在2021年出现了多种体现转型升级的新趋势，草原旅游市场也迎来了新的消费格局。

根据广之旅发布的《2021国内草原游市场趋势报告》，今年草原游的选择更加多元化，游客不仅迎来“千面草原”的丰富出游选择，且“双草原”“三草原”等复合型产品占比往年提高了近两成。

今年为史上选择最丰富的国内草原季，除了传统经典的一众知名草原外，河它谷草原、杜蒙草原、唐布拉克草原、仰天湖草原等一些小众新兴草原也全面进入大众旅游市场，涵盖全国不同地域的20多个不同特色的草原，能够满足不同游客的出游需求。

此外，驴妈妈旅游网方面表示，除了跟团游到访草原，有相当一部分游客选择抵达目的地后参团，出游方式包括越野车自驾、巴士跟团、高铁游等，游玩内容也更为多样。据悉，这类目的地参团的草原游产品更受家庭游客以及80后、90后的青睐。

# 新季草原游：投身天地间最浓烈广袤的绿意

即将步入五月下旬，又一季草原新绿在向我们招手。作为最经典的户外自然类旅游体验，或许没有谁能抗拒得了草原游——在最美的初夏时节，投身天地间最浓烈、广袤的绿意，去体验游牧民族策马奔腾的豪情，住进朴素结实的蒙古包，驰骋在原生态的大草原，大口吃肉、大碗喝酒，醉倒在星空草原的篝火晚会……这样原汁原味的草原文化，才是都市人梦寐以求的向往。

日前，广州本地旅行社发布《2021国内草原游市场趋势报告》，宣告新一季的草原游正式拉开帷幕。

新变化：

深度体验草原文化：成为亲子家庭“寓教于乐”之选

资料显示，我国草原面积占国土面积的41.7%，因纬度、海拔、地质地貌等差异，分为牧场草原、山地草原、湿地草原、花海草原等不同类型，同时，由于草原地区聚居了大量少数民族，丰富的民族文化特征为其赋予了多样、鲜活的文化内涵。

广之旅副总裁、国内游总部负责人文爽表示，当前的草原旅游已不再是简单的“草原+旅游”，而演变为以草原休闲度假、马文化体验、康养旅游、农牧业体验游等业态为基础的草原旅游体系，“草原上的配套住宿、沿线的交通线网、民族文化体验区等旅游资源不断完善，在科学合理利用草地资源的同时，草原更发挥着振兴区域经济、提升游客草原感知体验的重要意义。”

当多角度、多体验的沉浸式草原生活成为草原游的“标配”，更多的玩法被融入草原的行程中。如：入住草原湖景蒙古包，不出房门拥抱草原的日暮朝阳、灿烂星



新疆白沟梨花谷的牧羊人 黄启勇 摄



游客在鄂托克前旗一片花田里游玩 新华社发

草原游小常识

**热门草原：**呼伦贝尔大草原、希拉穆仁大草原、鄂尔多斯草原、坝上草原、乌蒙大草原为广东游客最爱的国内五大草原。

**草原季节性：**草原游属于“季节限定类”的旅游产品，通常在6月开始逐步进入旺季，7月迎来水草丰美、温度适宜的最佳出行季，全年仅3个月的黄金出游时间。

**特色体验：**通常，游客选择去草原游玩，最热衷体验的项目便是骑马，此外则是一些草原亲子互动活动，如与牧场羊群亲密接触、到牧民家做客、参加草原篝火晚

草原风光摄影教路



旅行家、自由撰稿人（摄影师）受访人：黄启勇（携程签约）

1、与其他类型的户外主题摄影相比，草原风光摄影有何特别之处？哪次拍摄让你印象深刻？

答：一年四季的草原天地间，都能收获不同的视觉和心灵的感动。在广阔的草原上，人和动物都变得渺小，要表现出天苍苍、野茫茫的景象，在构图方面需要用大场景的拍摄手法，比如在草原上狂奔的马群、夹着套马杆在草原上独行的套马的汉子，这类特写能让人感受到草原突出的广袤的魅力。印象较深的是一次去

新疆的那拉提草原，在位于海拔2200米的“空中草原”，在白沟梨花谷，我得到了大自然美的洗礼——新绿的草地，漫山坡绽放的梨花，美丽的哈萨克姑娘，满目的清新，这组画面让人记住了草原上人与自然的和谐之美。

2、草原摄影对天气自然条件有何要求？

答：不同的天气对草原摄影有不同的影响，即便是雨天或阴霾天也能拍出不同的情绪表达，就看拍摄者对场景的感受了。在草原上，人与马、骆驼，周围的草垛，都可以作为一张照片的对比和参照物。此外，春夏季的草原一片葱郁，野花遍地，如果刚好邂逅草原上的少数民族少女，



新疆那拉提草原 黄启勇 摄

是拍摄人像的最好时机。

3、拍摄草原上的人物、动物照时，有何成片窍门？

答：广阔的呼伦贝尔草原上，马群奔腾，套马的汉子纵横驰骋，这时候要捕捉马群和套马人的动感瞬间，留住精彩一刻。当你看到蒙古族姑娘牵着骆驼，安静地站在草原上，翘首眺望茫茫草原上归来的赶马人时，恍如具有人间温情的一组雕塑，此时不按快门，更待何时？或者在新疆新源白沟的梨花谷，当维吾尔族牧民赶着羊群进山谷，道路两侧和远处的梨花开到荼蘼，仿佛羊人在马背上回头一笑，仿佛在召唤我们一同前往梨花仙境……这时便可以迅速按下快门，记住美好的画面了。

省内水上乐园推荐

**广州长隆水上乐园：**

连续多年被评为“全球必去水上乐园”，除了拥有各项世界顶级水上娱乐设施，还有遍布全园的温水按摩池、热力桑拿屋，拥有领先国际的臭氧水循环处理系统能有效保证水体安全，以及强大、专业的持证救生队伍，让各年龄层的游客安心畅玩。

**广州融创水世界：**是华南地区少有的超大型室内全时恒温水世界，以“海上丝路”为主题，分为海上奇旅区、海底宝藏区、冒险港区三大主题区域，展现出南国的航海文化与异域风情。

**深圳欢乐谷玛雅水公园：**一座以玛雅文化为主题的水上乐园，羽蛇神环、彩虹赛道、玛雅水寨等6大世界级刺激玩水项目，以及合家欢戏水项目、海滩表演。

**珠海梦幻水城：**珠海市区的情景式水上乐园，开设10大特色主题区域，20余种娱乐设施，以世界文明古国——埃及为背景建设，还有融入现代高科技表演艺术的大型水上节目。

**珠海长隆横琴湾水世界：**有室内和室外两部分，室内是水滑梯之类的游乐设施，室外是漂流、人造沙滩和

大型游泳池。最大亮点是露天泳池连着海豚池，像在海底与海豚共舞。

**佛山顺德欢乐海岸PLUS玛雅海滩水公园：**欢乐海岸PLUS园区开创性地将商业街区、主题公园、文化体验以及生态湿地融为一体，水公园是一座以七彩沙滩为故事线的加勒比海岛冒险主题乐园，精选超20项全进口主题游乐，还有酷炫的鲨鱼舞台搭载原创大秀、电音狂欢等沉浸式表演。

**佛山盈香生态园水上乐园：**夏威夷水城拥有三大网红产品：惊险刺激的超级大喇叭、垂直马桶、大回环太空盆。另外，还是带电梯的水上乐园，以及适合孩子的经典水上设备。

**中山长江水世界：**定位为深海主题文化休闲水乐园，有原生态热带雨林主题游乐区，还设绿氧泳池、休闲SPA与健身中心。

**湛江鼎龙湾水世界：**是可以看海的水上乐园，规划有7大区域32种水上游乐项目，配套拥有世界纪录认证的世界上最大的单体真空造浪池、超长水上过山车、定制穿山蛇滑道、巨峡激流河佩科斯河谷等水上娱乐设施。



顺德华侨城欢乐海岸PLUS玛雅水公园



盈香生态园粉红沙滩



文字整理/李 力

**错峰游：**节后错峰游走俏，不少目的地机票价格下降近四成

去哪儿等旅游企业发布的错峰游数据显示，节后选择错峰游的人依然不在少数。与此同时，大量便宜的机票和酒店产品也吸引了不少游客的目光。去哪儿数据显示，5月12日至6月11日期间出行的国内机票，预订均价为653元，环比上月下降14%。同时，这一价格也比“五一”假期机票预订均价便宜近四成，大约300元。

根据飞猪发布的数据显示，今年“五一”后旅游热度不减，传统错峰游淡季不淡，节后旅游预订人次同比涨70%创新高，且多个热门目的地出游成本比“五一”低一半。

近日携程也正式上线了“重温峥嵘岁月，追寻红色之旅”红色旅游频道。携程数据显示，“红色旅游”关键词在“五一”期间环比4月同期提升约7倍。对比2019年同期，红色旅游景区报名量实现约375%的增长。

**亲子游：**我国少儿人口比重回升，80后90后父母成亲子游主力

第七次全国人口普查主要数据结果显示，我国0—14岁人口为25338万人，占17.95%；15—59岁人口为89438万人，占63.35%；60岁及以上人口为26402万人，占18.70%。与2010年相比，0—14岁、15—59岁、60岁及以上人口比重分别上升1.35个百分点、下降6.79个百分点、上升5.44个百分点。我国少儿人口比重回升，生育政策调整取得积极成效。

在此背景下，以家庭为中心的亲子游市场被看好。其中，“80后”和“90后”父母成为亲子游市场的主力。

**乡村游：**一季度全国乡村旅游接待游客近10亿，总收入3898亿

为满足人们日益增长的乡村旅游需求，进一步丰富乡村旅游产品供给，文化和旅游部近日联合国家发展改革委推出“体验脱贫成就·助力乡村振兴”乡村旅游学习体验线路300条。这些学习体验线路将红色文化资源与绿色生态资源相结合，让游客在旅游过程中，了解乡村的“四史”故事，了解党的光荣传统、宝贵经验和伟大成就，传承红色基因，激发前行动力，体验脱贫成就，助力乡村振兴。

据乡村旅游监测中心测算，今年一季度，全国乡村旅游接待总人次接近10亿，乡村旅游总收入3898亿元，均较2019年一季度有所增长。刚刚过去的“五一”，乡村旅游也是最受游客青睐的旅游内容之一。乡村旅游已成为中国旅游业中最具活力的消费热点和增长点。

为了进一步推动乡村旅游发展，发挥其在助力乡村振兴中的作用，各地都在不断丰富乡村旅游内涵，完善乡村旅游产业链，并逐步提升乡村旅游品位。

**5A：**文旅部确定赛里木湖等景区为国家5A级旅游景区

日前，文旅部发布了文化和旅游部关于确定新疆维吾尔自治区赛里木湖景区和新疆生产建设兵团塔克拉玛干·三五九文化旅游区为国家5A级旅游景区的公告。

公告显示，依照中华人民共和国国家标准《旅游景区质量等级的划分与评定》和《旅游景区质量等级管理办法》，经有关省（区、市）文化和旅游行政部门推荐，文化和旅游部按程序组织综合评定并于2021年4月22日完成公示，确定新疆维吾尔自治区博尔塔拉蒙古自治州赛里木湖景区和新疆生产建设兵团阿拉尔市塔克拉玛干·三五九文化旅游区为国家5A级旅游景区。



赛里木湖（资料图）

**复苏：**秘鲁入境旅游逐步复苏，马丘比丘开始接待外国游客

马丘比丘自5月10日开始接待外国游客，重新开放第一天共有422人参观，其中143人是来自墨西哥、智利和美国的外国游客。

该协会主席埃迪·奎利亚尔指出，10日开始，马丘比丘被允许重新开放，客容量限制为40%，即每天可接待897名游客，这有利于促进旅游业的恢复，并且再次恢复接待来自其他国家的游客。

奎利亚尔要求政府优先考虑在免疫工作已经取得进展的国家和地区，开展宣传秘鲁的活动。

## 入夏戏水 广东水上乐园开趴玩到嗨

入夏的广东，以水为主题的景区大受欢迎。作为夏日玩水胜地的水上乐园，自4月开园以来，“尖叫”升级爆款玩水设备、声光电升级的水上青春电音派对……让今年广东夏日玩水模式再次升级。本期，《旅游周刊》就为大家带来了广州及周边的《水上乐园玩水秘诀》。



湛江鼎龙湾水世界

水上乐园玩得越来越“文化”

泳池阶段，加入小型水上游乐设施，成为水上游乐的雏形，广州珠江泳场、西郊泳场等成为当时的代表。到80年代中期至90年代的水上游乐场，造浪池、漂流河、水滑梯等游乐项目出现并日趋丰富，在儿童区里加入合适儿童戏水的小品及卡通形象相关设计，成人区也开始有更大更复杂的游乐设备，例如由广州珠江泳场升级的黄金海岸水上乐园成为很多80后、90后的童年集体回忆。水上乐园项目继续发展，城市中开始建设大型水上乐园，将城市景观、主题包装、环境艺术融入水上乐园建设，位于广州南湖国家旅游度假区内的大河马水上世界，是我国第一个具有国际标准的水上游乐园。

进入21世纪之后，结合商业、餐饮、酒店、表演等配套设施形成综合娱乐消费的综合型水上乐园出现，在主题文化方面更为突出，游乐设备科技含量更高，强烈人文气息是世界各地元素与本土元素交叉碰撞的升华，在公园造景、表现艺术、主题文化方面尤为突出，形成全景式的建筑营造艺术，品牌效应不断增强。

广东水上乐园的品牌建设取得一定成效，广州长隆水上乐园更是不断蝉联全球水上乐园接待量第一，综合发展趋势显著。大中型水上乐园往往与主题公园、观光景区、温泉酒店、体育设施、城市综合体等集合产业，形成水上娱乐、文化产业、创意产业及旅游度假结合的综合旅游目的地。



萧敬腾出席广州长隆水上乐园电音秀

年轻人占比越来越大

进入夏天，广东就进入了烧烤模式，到水上乐园戏水消暑、游泳健身成了都市人的选择，水上乐园也成为广东旅游的热门打卡地。

在刚刚过去的4月，广东已经开启了玩水季的大幕，陆续开园的各大水上乐园受到省内外游客的欢迎。4月17日，自2013年开始连续多年创造全球水上乐园游客接待量纪录的广州长隆水上乐园再次重开园。长隆水上乐园总经理梁伟林接受记者采访时透露：“水上乐园门票预售非常火爆，从门票预约的身份登记中可以看到年轻人占比非常大。”

气温的飙升，带旺了水上乐园游玩项目。佛山顺德欢乐海岸PLUS景区介绍，“五一”假期景区游客共计36万人次，领跑佛山各大景区。其中玛雅水公园自4月30日开园以来，迎来了玩水热潮，现场呈现了“人从众”的场景。佛山盈香生态园则透露，今年“五一”假期第一天，两大水上乐园区一开业就“人山人海”，仅接待消暑游客就有1万多人。而湛江鼎龙湾水世界自4月24日开园以来，入园人数约29.2万人次，同比2019年增长约82%。

心动夏季 水上乐园篇

文/羊城晚报记者 黎存根 图/景区提供