

本期
主张

“双减”政策背景下的文旅市场将迎新机遇

酒店业致力做亲子大“文章”

图 文
羊城晚报
记者 刘星彤
酒店集团提供

近日,中共中央办公厅、国务院办公厅印发《关于进一步减轻义务教育阶段学生作业负担和校外培训负担的意见》,“双减”方案正式出炉。这一方案明确叫停了国家法定节假日、休息日及寒暑假组织的学科类培训班,将孩子们从繁重的课业负担中解放出来,意味着:属于孩子们的童年玩乐时光在回归,家长陪伴孩子的假日将会增多,亲子休闲生活将迎来更多的拓展空间。由此,以酒店为主要消费场景的城市中心及近郊亲子度假市场将迎来新的看点和机遇——

“双减”政策将给酒店行业带来利好

即将到来的2021年国庆长假将是“双减”政策落地后的首个长假。根据广州各大旅行社的最新反馈,为迎合更多可能出游的“家庭游”大军,今年国庆假期的亲子游产品在行程中融入了更多游览博物馆、感受国潮、体验非遗等课外实践及文化体验元素,以充分考虑到家庭式深度体验与服务,让家庭游客享受更精彩、温暖的亲子成长时光。

据悉,作为亲子休闲度假的主要消费场所,酒店业成为对“双减”政策响应最积极的市场板块。不少酒店经营者围绕亲子消费体验升级及差异化服务“做文章”,响应国家新政策。



洲际酒店集团致力于亲子体验打造

洲际酒店集团

近期,洲际酒店集团聚焦“双减”将带来的周末短途游需求,加速建立目的地标签,为游客主动推荐热门亲子目的地。如:增城保利皇冠假日酒店结合周边生态资源推出亲子美食果园采摘套票,带游客前往新塘水果乐园亲手采摘夏

季田园果蔬,游览北回归线上的瑰丽翡翠——白水寨和鲜为人知的山水秘境——大丰门森林公园;上海佘山世茂洲际酒店推出了“探地坑以憩,共精灵而游”深坑目的地之旅,联合亚太区首座蓝精灵主题乐园、深坑秘境及深坑水世界,打造一站式“地心”之旅,让孩子们感受文化与自然美景的双重震撼。

据悉,为吸引周末客源,洲际酒店集团针对会员推出的周末专属“隐藏福利菜单”,近期在



小朋友在Club Med Joyview安吉度假村内体验射箭

其常旅客论坛上成为了“爆款”。

Club Med

全球最大旅游度假连锁集团Club Med,更是把握亲子度假市场需求,前瞻布局了素质教育板块,专为孩子们打造一系列服务。

据了解,每家Club Med度假村都配有融合了当地特色的体育和文艺活动,针对不同年龄段的儿童与青少年推出不同的俱乐部,同时配备亲善组织者,引领小客人在度假中强身健体、培养团队协作及各类综合素质,帮助孩子们在度假游玩中收获成长。

为了培养孩子们成为全面发展的“国际小公民”,Club Med还与复星旅文旗下“迷你营”合作引入滑雪、帆船、皮划艇、国学、军事、科学探索等专业课程,其中的冬夏令营和周末营地产品都受到青睐。

万豪旅享家

万豪旅享家旗下万豪酒店招牌的亲子项目“万豪小护照”,则为儿童在酒店及周边区域提供了一系列丰富体验,小客人可通过打卡项目、集齐印章的方式,参与不同主题的挑战和趣味活动,尽享寓教于乐的童趣时光。如:广州正佳广场万豪酒店推出了池畔儿童瑜伽,还打造了“小食

家,大满足”自制饼干小课堂;武汉光谷万豪酒店将带小客人游览附近的中国建筑科技馆,参与DIY手工制作,同时领略中国传统建筑之美……

广州白天鹅宾馆

广州白天鹅宾馆副总经理林镇海告诉羊城晚报记者,酒店通过不断丰富亲子产品体验,既让父母和孩子在酒店内有了更多愉悦相处的时光,也能不断提升整体体验品质,达到满足游客精神和文化生活需求的目的。

据悉,2020年11月,白天鹅宾馆和广东省立中山图书馆在酒店合作共建了“粤书吧”。自开设以来,已有无数酒店客人驻足阅读。在近期举办的“中秋探月之旅”主题阅读体验活动中,“粤书吧”免费向游客开放,吸引不少家庭游客现场参与太阳能遥控车、手工创意灯笼DIY及航天积木搭建等亲子手工制作体验,幸运者还获得了酒店送出的月饼。

据悉,白天鹅宾馆推出的亲子文化体验课程也深受家长们的欢迎——从小工艺品到传统月饼制作,从深度考察沙面文化史到贯穿中西文化的西餐导赏,从酒店中西餐用餐文化到品牌故事分享……

林镇海表示,“双减”政策将给酒店行业带来利好,而亲子教育是一个严谨的课题,如何通过跨界融合,在原本具备的亲子游产品体系上,加入亲子教育这一专业的元素来争取市场机会,是赋予酒店人的新课题。



白天鹅宾馆推出的传统手月月饼制作课程



家庭游客跟随白天鹅宾馆的导赏员进行沙面探索

业内人士众话

“双减”政策对亲子家庭游市场将产生积极影响,以酒店为主要消费场景的家庭式休闲度假频率将会更高,家庭出游将越发成为常态。如何看待这一新的市场机遇?羊城晚报记者就此采访了几位业内人士。

受访人:苏颖珊(广之旅粤港澳游总部常务副总经理)
——未来亲子游将现多元文化内容属性

随着“双减”政策的落实,家长们必然会寻求替代“补习”的产品,填补孩子们的周末、假期生活,兼具休闲度假和寓教于乐属性的周边旅游产品需求将会大大上升。这迫使旅行社在研发周边亲子游产品时,将进一步

给文化“加码”,为旅游赋能。

为了迎合学生和家长更深层次的需求,未来的周边亲子游将在趣味性、休闲度、全行等特性之外,越来越多地呈现出社会实践、兴趣扩展、文化体验等多元、深度的文化内容属性。

受访人:林镇海(广州白天鹅宾馆副总经理)
——更多新复合业态体验产品将涌现

随着“双减”政策下市场需求的进一步扩张,行业也将通过资源整合提供新的组合体验产品——“双减”会让一部分家长选择以家庭旅行生活为载体,通过周末轻旅行的体验式活动,达到提升孩子的知识面和综合素质的目的。这将促使酒店方在深入研究和了解这部分潜在需求后,将其融入相关产品,组合成“亲子+研学+度假产品+文化体验”的新复合业态产品。

行业第三方平台大数据显示,过去一年多,亲子家庭出行的主体更多是三代同行,因此在策划亲子组合体验产品时,酒店除了要考虑小朋友的体验元素,将特别重视家长和长者的体验。为此,白天鹅宾馆针对亲子市场做了许多跨界合作,受到了

市场的高度认可。例如:将高科技康养产品融入客房,在部分客房设置红外线加热按摩床、AI智能床垫、水疗智能马桶等,满足长者的康养需求;文化体验方面,推出了一系列亲子文化体验课程,希望通过不断丰富产品体验,既让父母和孩子在酒店有更多愉悦相处时光,也能不断提升整体体验品质。

面对未来的亲子市场,高端酒店将有更多的机会进行尝试与探索,酒店应争取成为这场教育变革的参与者,通过不断丰富和优化产品体验,让孩子和家长们直接感受到这种变化,希望给孩子们们的童年创造更多快乐成长的记忆,同时为他们打造一个在城市中分享和吸取文化的所在。

受访人:陆海清(洲际酒店集团大中华区首席企业事务及战略关系官)
——紧贴消费场景打造品质亲子时光

自古以来,中国人就把旅行与读书视为开阔胸襟、提高人格修养的两个重要途径。在与大自然的接触中,蕴含着社会与人生百态。所谓读万卷书行万里路,就体现了中国人对旅行助益读书人知识境界的美好期许。在消费升级与“双减”政策的大背景下,酒店需要顺应市场需求,推出寓教于乐的高品质亲子互动体验及产品,丰富亲子群体的消费体验。

受出境游回流的影响,今年亲子游市场品质升级趋势明显,“双减”之后,毗邻景区、主题公

园并提供相关服务及设施的四星、五星亲子度假型酒店越发深受家庭游客欢迎。相关统计报告显示,带孩子出行的消费者更偏向于高端、品质、能提供人性化服务的高星级酒店。对年轻父母来说,酒店的品质保障以及安心的设施、服务,既可提升亲子时光的质量,还能协助分担育儿精力。

作为国际知名的酒店集团,应紧贴新消费场景,顺应消费需求,把握发展趋势,推进品牌的多元化布局来打造品质亲子时光。

受访人:徐秉璋(Club Med中国业务首席执行官)
——满足“全部家庭成员需求”

“双减”政策的颁布,标志着当下应试教育转型的切实落地,儿童和青少年将有更多可支配时间用于发展兴趣爱好与开阔眼界,家庭也将拥有更多的空间来增进高质量的陪伴与互动。

当前,市场对玩学融合产品的需求正在逐步增长,对应配套的非学科类服务机构也将长期受益。同理,Club Med国内业务也将受益于“双减”及素质教育政策带来的市场机遇,进一步展现品牌优势及竞争力,不断丰富寓教于乐的消费场景,升级打造综合目的地的体验,由此满足更多家庭群体

持续增长的需求。

在倡导科学素质教育的趋势下,家庭消费者对体旅结合、教旅结合的产品提出了更高要求。Club Med客群中有80%是家庭,其中30%是千禧家庭。这些群体在旅行中既关注出行便利(包括酒店的配套设施是否全面,如运动、娱乐、餐厅设施以及针对儿童、婴儿的服务等),同时也对多元化的假期体验有更高的期待。

我们观察到,与国外不同的是,目前中国三代同堂出游的现象非常普遍,尤其倾向于全部家庭成员集体出行。度假村如何在软性服务上脱颖而出,令每位家庭成员都拥有轻松愉快的假期,是赢得消费者口碑的关键。

当动漫遇见文旅……

“文旅+”多业态跨界合作增多催化文旅融合新发展

文/羊城晚报记者 黎存根 通讯员 谭芷欣

2021广东国际旅游产业博览会(以下简称“广东旅博会”)不久前落下帷幕。在业界看来,本届旅博会注重以文塑旅、以旅彰文,积极推进文化和旅游与其他领域融合互促,参展对象更多元,涌现出许多文旅新业态。

借助旅博会的平台,企业跨界合作增多。广东移动、美团、广东星海演艺集团、凯乐石、迪卡侬、琶洲港澳码头、广东动漫行业协会等积极在文旅行业拓展业务范围和合作机会,挖掘文旅消费市场的新需求。广东旅博会为“文旅+”相关产业的交流和合作提供产业资源链接平台,助力文旅企业突破疫情下的困局,助力文旅融合的和高质量发展。

在旅博会这个平台上,“新文旅”领域的机构企业纷纷亮相,催化文旅融合新业态并取得不俗的成绩,成为广东文旅融合的一大亮点。



动漫与文旅融合已是大势所趋 组委会供图

“内容+场景” 应用动漫加速文旅融合

广东省动漫行业协会第二届参展旅博会。该协会秘书长敖刚敏表示,希望通过广东旅博会多形式展现广东动漫IP形象,用作品与旅游企业对话,用“内容+场景”引发旅游从业者思考如何应用动漫加速文旅融合。该协会主办的“动漫国潮文旅艺术展”推出了数十个广东动漫原创IP,吸引了不少观众驻足拍照。他透露:“首日上午访问量已比去年三天还要多,已经与两个省外文旅部门详细洽谈,达成初步合作意向。”协会打造“动漫茶话间”,就是在动漫气氛下营造沟通环境,让动漫企业和文旅职能部门、文旅机构、文旅企业坐下来,一边喝茶一边聊合作、聊发展。

旅博会期间,湖北文旅旅局、珠海斗门文体旅局、开平蚬冈村委、北京恭王府、内蒙古草原天眼星营地、安徽文投等机构和企业

直接和达力动漫、迪创文化、物言所、名动漫等动漫企业对话沟通,希望进一步在内容开发、城市名片打造方面合作。

据了解,目前,广东省内已有不少旅游产业联姻动漫原创IP的案例。比如,茂名市文化广电旅游体育局与动漫公司合作,策划出品了《好心宝宝之洗夫人》。广东省动漫行业协会介绍,洗夫人是我国南朝梁、陈至隋代的巾帼英雄,借助影视动漫作品,可让洗夫人的人物形象更为丰满,在旅游行业的应用也更为广泛。而现旅游酒店业内流行的动漫主题房,猪猪侠、超级飞侠等主题房深受家庭游客欢迎,同时也提升了房间的售价和开房率。

动漫与文旅充分融合、共荣发展,已是大势所趋,业界应大胆突破,把握好机遇。

数字文旅 改变文旅产业生态

本届旅博会也抢抓数字文旅发展机遇,从云文博、云旅游、云剧场等视觉观赏,到新颖别致的数字文旅立体式体验,全方位展现信息技术在文旅行业的创新范例。

“数字文旅展区”是2021广东旅博会重点打造的新业态展区之一,广东移动、美团、星海演艺集团等多家企业都是首次参展。广东星海演艺集团开设“数字文化站”专区,呈现VR技术在文博、非遗、旅游、演艺、展览、展演、剧场等领域的新应用。

据了解,数字文化平台将运用互动沉浸式数字文化内容,集中展示文博、非遗、旅游、演艺、展览、红色主题展演以及剧场等数字文旅新应用,把具备视觉、体感、可互动的数字文化资源包装成“数字文化站”小单元,线下与线上同步,将经典与时尚的文化产品输送到各公共文化服务站。

广东移动则以“移动5G+数

字新文旅”为主题,通过“助力政府、数字文博、智慧景区、畅游无忧”四大模块展示5G技术成果。新技术渗入展会互动环节,改变文旅产业生态。旅博会现场多处嵌入裸眼3D技术,推出“数字逛展”小程序,开发馆内导览、活动打卡等功能,实现线上线下的联动,体现文旅产业数字化转型的广阔前景。



数字文旅改变文旅产业生态 羊城晚报记者 黎存根 摄



旅博会期间的国潮文旅艺术展 组委会供图

广东文旅产业 聚焦文旅融合新业态

今年组委会重点打造了“广东文旅产业派”这个专业活动品牌,并以此作为旅博会产业化、专业化升级的重要抓手,汇集行业的头部力量,聚焦趋势性热点,为文旅业发展贡献群体智慧。

岭南控股总裁陈白羽认为,当下,广东旅博会作为共创产业平台,成功将产业链上的境内外文旅企业与创新力量凝聚起来,聚焦文旅融合新业态和趋势性话题,在新发展阶段携手并肩走向文旅融合的新天地。

首次打造的“广东文旅产业派”专业活动品牌,展会前期线上推出4场“旅博月”直播,展会期间线下落地9场专业论坛活动,领域涉及数字文旅、县域文旅、冰雪旅游、博物馆文旅、文创园区、民宿、研学、夜游、景区等,深受业界好评。“首届广东博物馆文旅融合发展峰会”和“2021环球冰雪旅游论坛”更是备受瞩目。

据了解,广东全省共有博物馆352家,藏品达243.23万件/套,博物馆事业发展的热潮持续高涨,总体发展质量居

全国前列。当前,在文旅融合发展创新的背景下,文博行业也迎来了一轮新的机遇。首届广东博物馆文旅融合发展峰会上,岭南控股总裁陈白羽、广东省博物馆副馆长陈邵峰、重庆中国三峡博物馆文创部主任易军和超级玛特文创总经理柔侠围绕“旅博融合”、“博物馆IP打造和运营”、“疫情常态化防控下,数字化如何深层次赋能博物馆”等话题展开探讨。

体育旅游作为新型的旅游活动,正迎来发展新机遇。在“2021环球冰雪旅游论坛”上,冰雪旅游以及相关领域的专家学者和大咖,在文旅深度融合的新形势下,就粤港澳大湾区如何借北京冬奥会的“东风”,加快开发冰雪旅游资源和市场,创新“冰雪+”业态,促进冰雪旅游产业发展增速提质进行前沿观点分享。

据悉,广东作为全国最大的客源地和重要的旅游目的地,拥有良好的冰雪运动氛围和强大的冰雪旅游消费潜力,在“冰雪+体育”综合文旅项目打造方面取得亮眼成绩。