

第二届粤港澳大湾区滑雪精英挑战赛在广州拉开帷幕 景区供图

本期主张

冬奥会倒计时：冰雪旅游玩出“广东热度”

文/羊城晚报记者 刘星彤

距2022年北京冬奥会开幕不足百日，冬奥会的“火种”使得近年来兴起的冰雪旅游热被再度点燃。OTA平台数据显示，截至上周，以“冬奥”为关键词的目的地周搜索热度环比上月同期增长236%，其中冬奥会举办地张家的旅游热度飙升显著。业内预计，今年秋冬季，将有大批游客趁冬奥会热度前往全国各地的滑雪场、冰雪旅游景区尽情撒欢儿，做一把冰雪游的“弄潮儿”。这当中，地处南方市场的广东游客的热情不容小觑。

市场趋势

“深度滑雪爱好者”越来越多

随着2022年冬奥会的日渐临近，冰雪游话题热度在近期飙升为热议话题。据悉，冰雪游属生态旅游范畴，是以冰雪资源为主要旅游吸引物，可体验冰雪文化内涵的旅游活动的总称。与其他旅游活动相比，冰雪游有鲜明的参与性、体验性和刺激性，同时也更具地域性、季节性。早些年，我国冰雪游主要集中在北方市场，尤其以哈尔滨、吉林等东北地区城市为主，但近年来，冰雪游开始向南方地区蔓延。得益于休闲度假旅游的深入发展及各地冰雪旅游基础设施的投资热度，冰雪游不再局限于东北、内蒙古、北京等北方地区，浙江、四川、湖北、贵州甚至广东等南方省份纷纷建起现代化的大型滑雪场、冰雪旅游度假区，吸引了众多游客在“家门口”就近玩雪。此外，冰雪游的内容也不再局限于到热门滑雪场滑雪，到雪乡、冰雪大世界等热门景区参观打卡，而是涵盖了更多的深度休闲体验或人文、娱乐项目，如：入住一站式的冰雪旅游度假区、冰雪民宿，探访牧民人家，甚至追寻极光、蓝冰等小众独特资源……冰雪游的玩法日渐多元化。当前冰雪游究竟有多火？根据携程统计，截至10月27日，以“冬奥”为关键词的目的地周搜索热度环比上月同期增长236%，其中，张家口密苑云顶乐园热度环比上涨达291%。而根据中国旅游研究院战略所发布的《中国冰雪旅游发展报告2021》，2020年到2021冰雪季，我国冰雪旅游将达到2.3亿人次，收入预计超3900亿元。相关调查更显示，有55%的消费者有意愿进行长距离的冰雪旅游，82%的游客有意愿进行短途冰雪休闲旅游。

53%以上消费者会选择维持往年消费水平或增加预算——冰雪旅游市场信心正在全面恢复。

市场现状显示，我国有越来越多的人正在成为深度滑雪爱好者。根据携程统计，70%以上的滑雪客会二次复购滑雪产品。从购买习惯看，“先囤后玩”的用户越来越多，平台上超30%的一、二线城市用户在雪季来临前提前预订滑雪产品。

据悉，为抓住滑雪游高端市场，近期OTA平台将上线专门的滑雪频道，推出数千条滑雪服务及酒店、度假产品。此外，更多滑雪一日游、滑雪快速体验型产品也将推向市场，尤其是针对青少年的滑雪独立营、滑雪亲子营等特色产品，将从细分角度深度满足大众的滑雪需求。



哈尔滨冰雪大世界 黑龙江省文化和旅游厅供图

本地观察 B 广东人偏爱人文、品质型冰雪游

业内分析认为，疫情影响下，中国消费者的大量滑雪需求由以往的欧洲、日韩转向国内，以张家口、长白山、亚布力、松花湖、北大湖等热门滑雪度假场为首的目的地迎来人气暴涨，同时也加速了国内冰雪旅游市场需求的变迁，周边化、亲子家庭化、智能化、定制化、品质化、散客化和无接触需求成为主流，散客、定制、周边游、家庭游、自驾游以及无接触智慧旅游成为新的需求特征。日前，“助力冬奥·燃情冰雪——第二届粤港澳大湾区滑雪精英挑战赛”第三站在广州融创雪世界正式打响，大赛将持续到明年4月，期间更会举办一系列大众参与的娱乐性冰雪赛事活动，如单板公园赛等，目的是让更多普通游客感受到华南冰雪运动的全民热情。记者了解到，为拓宽冰雪运动在广东的群众基础，省冰雪运动协会正全力推动“冰雪进校园”计划。作为行业标杆，广州融创雪世界则计划开发冰雪旅游产品及研学产品，并

与教育机构合作推出“百万学生上冰雪”等活动，这在某种程度上，恰恰基于广东人对于冰雪旅游的巨大热情。家住广州河北的白领小陈告诉记者，自己虽是土生土长的广东人，却有一颗向往“雪国风光”的心，“千里冰封，万里雪飘的世界对我来说就是童话世界，冬天去下雪的城市滑雪、睡农家火炕、坐马拉爬犁、泡雪地温泉……每一样都足够吸引我和家人一去再去。”据悉，有调查显示，相比北方游客，少见冰雪的南方客人更愿意花钱体验冰雪游，尤其是广东游客。近年来，广东市场的滑雪运动消费增速在全国遥遥领先，广东人更是冰雪旅游热门的客源地。根据广州本地旅行社的市场反馈，广东游客对于冰雪旅游产品的行程和品质有更高要求，那些预定了充分的自由活动时间的游客，对入住优质的度假酒店的冰雪游产品更青睐。此外，是否能感受到当地的冰雪民俗也更加被广东人看重，如吉林、哈尔滨等地的相关线路中，除了滑雪、赏雾凇、看冰雕，走进鄂伦春族的猎户人家，品尝民族特色小吃、探访森林动物、体验雪地挖人参等，都是最受游客欢迎的体验项目；在内蒙古，除了感受沙漠雪原的磅礴大气，人们对走访勒勒川草原的牧民

家、体验冰天雪地中的牧民生活更感兴趣。据广之旅国内游总部负责人文爽介绍，随着北京冬奥会开幕在即，本年度的国内冰雪旅游产品在近期迎来一波咨询小高峰。目前，旅行社围绕滑雪、赏雪、追极光、看雾凇、泡温泉等打造的冰雪主题产品正陆续上架，首批冬季产品如探秘达古冰川的“四川成都·阿坝双飞6天”，邂逅赛里木湖蓝冰季的“乌鲁木齐·伊宁双飞6天”，打卡高山滑雪场——将军山滑雪场的“新疆乌鲁木齐·阿勒泰双飞6天”，其中融入了不少新或小众的滑雪、赏雪点。值得关注的是，除冰雪游外，更广泛的体育旅游市场潜力也逐渐显露。携程主题游数据显示，2021年上半年，报名徒步登山、露营、水上运动、骑行等户外运动旅游的人次同比增长110%。“岭南冬天不冷，除了体验冰雪之外，冬季也是其他户外运动的黄金期，配合广东丰富的温泉资源，以本地周边为主的户外体育旅游也是冬季的出游热点。”一位旅行社负责人表示。



广州融创雪世界吸引了不少大湾区游客 景区供图

相关推荐

国内热门冰雪旅游城市

哈尔滨、沈阳、张家口、牡丹江、漠河、长春、阿尔山、丹东、延吉

热门小众冰雪主题景区

长白山魔界、湖南五盖山、贵州玉舍森林滑雪场、山西红崖古镇、四川鹤鸣山、达古冰山、济南金象山、内蒙古响沙湾、承德坝上雪原

及时游

随着气温的下降，广东人也深深感受到了秋的气息。注重养生又奉行“不时不游”的老广，此时目光正瞄准温泉度假产品。从本地旅行社和OTA平台数据显示，广东省内的温泉旅游单项目预订业务呈现不断上升的态势，温泉游热门目的地受到持续追捧。面对高景气度，广东温泉企业是选择“躺平”赚钱？还是谋求产品升级实现高质量发展？

温泉旺季到

广东温泉企业该“躺平”赚钱还是谋升级？

文/羊城晚报记者 黎存根 图/景区提供



龙门地派温泉温泉区亲子同乐 景区供图

市场：天然温泉老广追捧

对很多人来说，泡温泉不但能在寒意瑟瑟的日子里暖身体，也是和亲朋好友相聚的暖心之旅。羊城晚报记者了解到，进入10月以来，温泉度假类产品成为广东省内旅游市场的主要热销产品之一。其中，广之旅数据显示，受气温变化的影响，该社10月第二周内温泉酒店预订量较第一周（国庆黄金周）激增近1倍，第三周较第二周环比再逾三成。携程数据也显示，预订年底前温泉类景区门票的用户中，亲子群体比例达到30%，其中带娃泡汤赏景的80后占比达到60%。在“双减”政策的大背景下，亲子出游的潜力正被有效释放。随着天然温泉有益养生的观念逐渐深入人心，不管是闲有钱的银发族，还是正值青春的年轻人，都加入温泉养生行列。携程平台上下半年年底温泉类景区产品的用户中，超过30%为90后、00后，50后、60后用户比例连续两年超过10%。广之旅粤港澳大湾区常务副总经理苏颖珊表示，除了气温逐渐转凉等天气因素外，在本轮省外疫情的影响下，可以看到省内的旅游单项目预订业务呈现不降反升的态势。清远佛冈、英德、惠州龙门、江门恩平、增城、从化等温泉热门目的地受到老广的持续追捧。另外，她也提醒，目前已经进入“双十一”专题促销活动时间，包含美食、温泉、赏秋色主题在内的省内周边秋游产品福利来袭，有意近期出游的游客不妨提前锁定出行时间及价格。

业界：拒绝“躺平”积极求变

温泉市场旺季到来让广东温泉度假产品热销，温泉行业在旅游行业也是“日子相对好过的”。广东省温泉行业协会副会长、龙门县旅游协会会长李星凯表示，广东温泉产业有不同规模、主题、类型的温泉企业，在秋冬旺季能够比较好

吸引省内游客留在当地消费，好好享受广东温泉度假，提振旅游业。目前，以龙门地派温泉为例，在周末会高于平时，但平日基本与去年持平，包含的内容会更加丰富。但他认为，从全省来说，温泉行业不能过于乐观，可以说是“悲喜各半”。位于广州、深圳、佛山、东莞等主要核心客源地输出的温泉度假产品，受疫情影响相对较小，年底的小型年会、团建等活动会增加，而周边城市两小时车程的度假酒店会有一定影响。“双减”政策的实施，对于周末及寒暑假的温泉度假产品是一个重要的利好。因此，各温泉根据市场的需求变化，对自身产品升级调整。做到居安思危，满足不同年龄层客人消费习惯，深挖本地旅游资源特色融入自身产品之中。另外，在冬天如果只是泡温泉，还是略显单调，所以也把今年7月份新建的全球首座悬空新型泳池变为恒温温泉泳池，冬天家长跟小孩也可以在水中互动、游泳，满足游客玩水的欲望，成为整个秋冬温泉旺季的一个主打产品。在儿童玩水游乐区里面也增设一些原来夏天能玩的项目，诸如网红漂浮泳具也免费给客人使用。这些都是为了增加温泉度假区内的体验元素。还要结合周边的乡村时令，开发农事体验产品，感受乡村振兴成果。温泉度假其实就是度假概念的延伸，他希望亲子度假这类产品能得到更好地落地推广。李星凯也希望游客在选择温泉度假产品时，重视温泉的水质以及康养功能，提高温泉度假的质量。

专家：打造品牌拓展空间

发展早、规模大，让广东温泉旅游产业在广东乃至全国旅游业所占的比重都不小，是旅游市场非常重要的一支力量。它在全国开风气之先，包括户外温泉产品设计、服务体验等方面走在全国前列。对于日渐成熟及规模化发展的广

东温泉旅游业，怎样高质量发展呢？广东省旅游规划与营销协会秘书长晏曾节认为，要进一步实现高质量水平的发展，广东温泉其实最缺的就是一个属于广东的温泉品牌体系。现在，广州从化、惠州龙门、清远、佛冈等地有很多优质的温泉企业，也有很好的温泉度假产品。但在省外，特别江西、福建已经有了如天沐温泉这样的品牌连锁温泉度假区，广东在这方面还没有成型。下一步广东一定要培育一个具有广东地域特色、代表广东发展水平，同时能够代表广东参与这个全国竞争的这么一个温泉品牌。引入连锁运营的思维，实现标准化的服务、标准化的产品，通过和各地地域文化结合，打造与众不同的这种温泉体验。晏曾节建议，广东温泉企业要实现更好的发展，就要跟国家战略相结合。比如说温泉企业与乡村振兴结合起来，包括乡村就业、粤菜师傅工程、乡村农产品销售等，就是很好的异业联合。因为温泉资源大量分布在乡村的青山秀水中，所以如果能够让温泉的游客在体验高奢度假产品的同时，也能够体验接地气、山野情趣、生活，也是一种新产品搭配。同时，这样也能突破温泉度假区有限的空间、场地，与周边乡村的特色古建筑、生态、美食等产品联动发展，创造新的体验空间，更有利于吸引家庭亲子以及年轻人群体等喜爱。

链接 广东有33家温泉旅游企业上榜泉质公示

今年年中，全国温泉旅游企业泉质评定委员会办公室对第一批全国温泉旅游企业泉质评定名单进行了网上公示，广东省有33家温泉旅游企业由广东省温泉旅游企业泉质等级评定机构提交《温泉旅游企业泉质等级评定报告》上榜。**广州**：广东温泉宾馆、广州市三英温泉酒店、广州经济技术开发区（从化）华辉度假村、广州从化碧水湾温泉度假村、广州望谷温泉度假村、广州金叶子酒店、广州市增城高滩温泉酒店、广州从化都喜泰丽温泉酒店、广州市从化碧泉空中温泉。**深圳**：深圳市水底山温泉庄园。**珠海**：港中旅（珠海）海泉湾旅游度假区。**江门**：江门古兜温泉小镇、江门恩平佳乐帝都温泉度假村、恩平锦江温泉度假村、恩平山泉湾温泉酒店、台山康桥温泉度假村。**惠州**：龙门县地派温泉度假村、惠州市南昆山云顶温泉度假村、惠州南昆山居温泉度假村、惠州碧桂园湖光温泉酒店、惠州平海海滨温泉旅游度假区。**韶关**：韶关市曲江曹溪温泉度假村、广东经律论温泉小镇、韶关蓝山源岭南东方温泉酒店、新丰云天海温泉原始森林度假村、乳源丽宫国际温泉酒店。**河源**：河源市客天下文化旅游度假区。**湛江**：湛江海滨宾馆-蓝月湾温泉度假区。**清远**：清远德盈新银盏温泉度假村。**茂名**：茂名市电白区御水温泉旅游度假区。**河源**：河源和平县和平温泉之都、河源巴伐利亚国际温泉酒店。**云浮**：广东翔顺山水台温泉小镇。



韶关蓝山源岭南东方温泉酒店