



文字整理/羊城晚报记者 刘星彤

补助金: 139家粤景区 获首批纾困发展资金

广东省文化和旅游厅近日发布消息,2022年第一批文旅行业纾困发展资金已发放至139家A级旅游景区和省级以上旅游度假区。其中,广州长隆旅游度假区等12家5A级旅游景区、国家级旅游度假区各获得补助资金30万元,广州中山纪念堂等127家4A级旅游景区、省级旅游度假区各获得补助资金15万元,该批纾困资金共计达2265万元。

及时游: 旅行社推“丰收年年”主题省内游线路

9月23日将迎来一年一度的“中国农民丰收节”。广州本地旅行社最新发布“丰收年年”主题省内游线路,分为“收获美食、收获时鲜、收获新知、收获健康、收获美景”5大系列。其中“收获美食”将带游客亲临农家美食原料的原产地,品尝当地美食;“收获时鲜”则以当季时令果蔬采摘为亮点。据广之旅介绍,大部分“丰收年年”主题产品的出行时间可持续至11月中下旬。

复苏: 三亚恢复人、车跨区域流动后,市内7成酒店开业

9月20日中午12时起,三亚宣布开放包括中心城区以及崖州区、海棠区在内的5个片区之间的人员和车辆流动,三亚市内酒店随之迎来复工潮。数据显示,9月21日,三亚恢复开业的酒店接近1300家,达到总量7成,其中高星级酒店110家。截至9月20日,三亚酒店整体间夜价格环比暑期下降20%,高星级酒店间夜价格环比暑期下降25%。随着三亚逐步解封,三亚航班量陆续增加,取消率降低。



三亚海棠湾某高星级酒店 刘星彤 摄

新航线: 上海开通苏州河旅游水上航线

9月17日,三艘“时空之梭”电动旅游观光船从位于苏州河畔的上海长风公园码头启航,开启苏州河旅游水上航线试运营。苏州河旅游水上航线途经上海普陀、长宁、静安、虹口和黄浦五个区,全长约17公里,目前已建成和正在建设的停泊码头共有8个,未来游客可根据需要自由选择始发码头制定旅游路线。

目标: 广西发布“31条” 助力打造桂林世界级旅游城市

近日,广西壮族自治区政府办公厅印发《支持打造桂林世界级旅游城市若干政策措施(试行)》,聚焦生态、文化、康养、消费等方面,提出31条政策措施,全力打造桂林世界级旅游城市。其中提到,广西将进一步支持世界级山水旅游名城建设,加强漓江生态环境保护和修复治理,推进漓江流域生态环境保护修复治理;提升桂林山水旅游品质,加快漓江世界级旅游城市、遇龙河世界级旅游度假区建设,打造漓东百里山水画廊休闲观光示范点,构建城旅一体的大公园、大景区体系,促进景观资源可持续利用。

退改: 国庆火车票“无忧退”服务上线

飞猪于国庆期间推出火车票无忧退服务。消费者在活动页面领取相关资格券后,在发车时间24小时前退票,可获得等同于退票费的现金红包,最高补贴达100元。该权益领取时间为即日起至10月7日,出行日期限定10月1日-7日期间,如发生退票即可获得相应补贴。

假日新观察 ② 温泉

文/羊城晚报记者 黎存根 图/景区供图

“国庆假期前三天房源现在已经很紧张,整个假期入住率的预计不是全满也将是接近全满!”广州近郊一位温泉度假区营销负责人如是说,即使距离国庆假期还有一周多,温泉度假产品的预订已经渐入佳境。

近年来,“短途游”“微度假”成为出游主旋律,广东温泉度假的热度与日俱增。在消费需求升级驱动下,以温泉游为代表的健康养生度假模式越来越受游客的青睐。即便是炎热的暑期,广东无论是大型温泉度假区,还是小而美的精品温泉酒店民宿,都迎来了众多度假的客人。

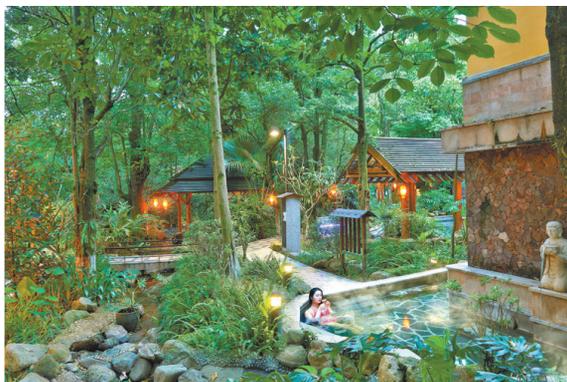
记者从广东省温泉行业协会获悉,即便是受到疫情影响,广东省温泉行业依然呈现难得的增长势头,集旅游度假、休闲养生、康养于一体的温泉产业,在近年广东旅游市场中呈现出上升势头,领跑全国。



健康养生度假模式受青睐

广东人一年四季都爱泡温泉

广东温泉度假的热度与日俱增,以温泉游为代表的健康养生度假模式越来越受游客的青睐,图为地派温泉心型泳池



消费者追求更健康和更有文化内涵的温泉体验,图为地派温泉

广东温泉游报名冲刺

“我们正在迎接国庆假期报名冲刺。”岭南商旅集团旗下广之旅新闻发言人官健表示,温泉度假产品的预订将是国庆假期的重要板块,广州周边的高端温泉如从都温泉酒店、都喜泰丽酒店、森林海温泉酒店、圣托利温泉等既是打卡胜地,又适合亲子度假,因此受到客人欢迎,此外像住在景区中的花都七溪地,增城白水寨地区将在国庆新开业汇温泉酒店等推窗即景,也成为喜欢舒适放松一家人度假的首选。

据了解,广东的温泉热由来已久。广东作为我国温泉资源最丰富的省份之一,目前已经探明的温泉点超过300个,几乎遍布各个地级市,堪称“温泉大省”。温泉旅游产业开发和配套非常成熟,具有一定规模的温泉旅游景区有130多家。每逢节假日,广州、清远、惠州、河源、江门等地均是温泉度假的热门城市。

森海集团品牌营销中心总监刘双喜介绍,广州森林海旅游度假区温泉度假酒店自2020年初开业以来,一直保持着良好的增长,开业的当年就已经在粤港澳大湾区形成了网红效应。即便是整个旅游大环境受到新冠疫情的严重影响,森林海温泉度假酒店第一年的营收、平均房价以及入住率,都已经是

行业较高的水平,目前年平均入住率保持在70%以上。他透露:“国庆假期前三天房源现在已经很紧张,预计整个假期入住率将爆满。”

而坐落在享有“温泉之乡”盛誉清远市清新区三坑镇的清远古龙峡河中温泉VLOG酒店,首期只有20套设计时尚宽敞的独栋温泉别墅、2套温馨别致的树屋客房、3套野趣十足的帐篷客房,自今年中开业以来,入住率一直保持在高位。酒店负责人徐伟跃表示:“中秋假期满房,国庆假期预计也差不多。”

广东省温泉行业协会有关负责人向记者介绍,经过多年培育,广东温泉已形成较成熟的市场,无论春夏秋冬,游客“泡汤”热情高,令广东的温泉产业在多个方面领跑全国:温泉旅游接待人数、温泉门票平均价格、温泉酒店平均房价、温泉旅游总收入均全国第一,同时广东的温泉产业规模全国最大,温泉企业数量、产值也位列第一。广东温泉旅游景区快速发展,成为广东旅游业的一大亮点。

携程研究院高级研究员沈佳璇分析,广东省内有着丰富的地热资源,“温泉经济”带动温泉旅游规模化发展,这也是注重养生又爱及时行乐的老广爱泡温泉的主要原因。



住在景区中,推窗即景的温泉成为现代人度假首选,图为地派温泉



有特色的温泉度假景区更能赢得年轻游客的青睐,图为广州森林海温泉度假酒店房车房型



关注亲子出游家庭的需求成为很多温泉酒店的重点,图为广州森林海温泉度假酒店亲子海洋房



不断完善儿童游乐和拓展设施是温泉酒店吸引家庭游客的利器,图为广州森林海大型室外温泉嬉水乐园



打造网红元素也是温泉景区“吸睛”手段之一,图为河中温泉温馨别致的树屋客房



未来更多温泉酒店将更注重细节和沉浸式体验,图为河中温泉双卧温泉别墅

找准定位,才能吸引目标客群

新趋势

此前,途牛旅游网发布的一份《温泉游消费报告》显示,中青年依然是温泉游的消费主力,26-45岁的游客占比达到了66.6%。出游规模方面,温泉游游客中,情侣/朋友/年轻夫妻等2人出游的占比最高,达44.4%。以家庭为单位3-5人出游的同样是温泉游的主力客群,占比为22.1%。

不同年龄、不同类型的游客对于温泉消费的需求和关注点也有所不同。环境优美、拍照好看、用户口碑高、汤池种类多、有特色的温泉度假景区更能赢得年轻游客的青睐;对于亲子出游等家庭用户而言,亲子娱乐、水质清洁、设施齐全、餐饮美食、舒适住宿环境等则是他们关注的重点;而对于追求更高品质和体验的消费人群,温泉别墅、私汤、定制、温泉SPA等更能打动他们。

开业至今,森林海温泉酒店满房的时间特别多,成为了温泉旅游市场上的现象级产品。刘双喜表示:“我们在做产品定位的时候,已经充分去考虑到项目

所处区位,以及周边生态环境的优势,产品以短途游、周边游客群为主,他们与亲子客群的关联度非常高,因此设计出满足客群需求的产品。”而在抢占年轻人市场上,打造网红元素也是“吸睛”手段之一。森林海温泉度假酒店长期占据小红书旅游热榜,潜水、房车、木屋、萌宠动物园等成为热门打卡项目,而“除了这些内容外,我们还打造了一座大型室内室外温泉嬉水乐园”。

刘双喜认为,从长远看,森林海旅游度假区项目整个开发周期比较长,会不断推出一些具有网红效应的新产品,让景区在整个市场竞争当中保持比较高的活跃度,不会像某些网红项目那样昙花一现。

近年来,定位小而美的精品温泉酒店在不断地涌现。作为温泉酒店行业的新晋,徐伟跃介绍,他们在河中温泉VLOG酒店项目启动前已经做了详细的市场调研,确立了亲子和网红打卡为温泉酒店的主题。在徐伟跃看来,未来亲子游将是度假旅游重要的发展方向,喜欢时尚的年轻人也将会是温泉度假的主力,而高端的商务接待和会议等团队需求则会有所减少。毫无疑问,满足客人沉浸式的旅游体验需求、异域风格、不断完善的儿童游乐和拓展设施,以及私密的环境,将成为众多小型精品温泉酒店吸引亲子家庭游客和年轻人的利器。

小而美的精品温泉酒店相比传统的大型温泉度假区,徐伟跃认为,有着“船小好调头”的优势:“能及时推陈出新,转变经营风格,把一些时尚的元素更快地融入酒店环境,比如现在我们提供高端的帐篷区变成家庭聚会玩乐的空间,就是满足现在高端客群的要求,达到吸引更多客人的目的。”

消费升级,温泉度假也要转型升级

专家视野

与此同时,疫情防控下的消费升级,加速着温泉产业的转型升级。消费环境的改变,使得温泉旅游产业链的上下游都在探索更加多元化、品质化、差异化的全新业态,并在打破“温泉游=泡温泉+吃喝”的消费理念、消除冬季限定的标签、提高游客消费欲望的同时,打造真正独具特色的温泉旅游产业。

广东省温泉行业协会副会长李星凯认为,目前整个旅游消费的趋势发生了根本性改变,消费者追求更安全,更健康,更养生,更富有内涵的消费体验。这种温泉度假产品的追求已经成为主流,对于企业来说既是机遇也是挑战,如何赋予温泉产品更多内涵,植入健康养生安全舒适的理念,是所有温泉企业面临的老课题、新思考和大文章。温泉作为旅游康养环节中的最佳选择之一,正从休闲娱乐型向康养度假复合型转变,以低碳环保、疗养保健、适宜多次消费等特点,未来或将成为大健康产业中的“新宠儿”。

同时,李星凯指出,喜欢温

泉的客人并不仅仅是“中老年”,其实年轻人、小孩子都喜欢泡温泉,而且连住宿的天数在增加,像节假日连住两晚、三晚的不在少数。因此要抓住市场客群的变化,提供更多满足不同客群需求的产品。

针对逐渐壮大的小型精品温泉酒店民宿市场,李星凯认为,这是市场不断细分的必然。相比传统温泉酒店,民宿就特别擅长场景营销,能紧跟社会的时尚消费潮流,注重客人细节和沉浸式体验,一个房里可能就有好几个适合拍照的场景布置,有利于社交传播;“但总的来说,消费需求是多样的,因此,小型精品温泉酒店民宿市场做大了,同样能把我们广东温泉市场做大。”

他提醒,在今后的几年里,温泉行业将会在调整中迎来发展加速期,从业者们应当敏锐地注意到这一点,通过瞄准消费者的需求来找准产品的定位,并且在规划运营时要做到立足自身、深挖卖点、适当取舍、顺势而行,逐步开发并丰富消费者体验的温泉产品与服务链条,创造出更多、更新的消费模式和利润增长点。