



业内访谈

受访人:于卓

马蜂窝旅游网CMO(首席营销官)

好赛事
助力城市品牌和文化传播

于卓在当地时间8月1日抵达巴黎,开启暑假带娃的欧洲之旅。此行的主要目的是感受奥运会的现场氛围,重点锁定的比赛是在拉夏贝尔门体育馆举行的羽毛球赛。在北京时间8月2日晚举行的混双决赛中,她和家人现场见证了郑思维、黄雅琼的“雅思组合”夺冠激动人心的一刻。

于卓告诉记者,巴黎奥运会整体的观赛体验很不错,赛场设计很美,“审美在线”,赛事的氛围运营也做得比较好,决赛现场的中国球迷很多。

她说,本次奥运会期间,巴黎城内并没有太多的主题活动和装置,也没有大张旗鼓的欢迎场面,相对显得“佛系”,但在一些关键的景点如凯旋门以及机场和赛场附近,还是能明显感受到主办方的精心运营和组织。例如从地铁站到球场,全程都有志愿者引导,游客可以免费体验在脸上画国旗、标志等。

令她印象比较深刻的一是落地戴高乐机场,就看到了特别多的中国品牌广告,如波司登、华为、泸州老窖、中国银行等,机场内也有很多中文标识,让人感觉很亲切,同时也感受到中国民族品牌的声量。

启发

于卓认为,好的赛事对于城市品牌和文化的传播具有积极意义,会吸引更多游客到来,也会让大家更多地融入到城市中,感受城市的文化。无论从旅行的传播还是文化传播角度来说,重大体育赛事都是绝佳载体,鉴于明年粤港澳大湾区将举办全运会,此次巴黎奥运会将在场馆的多样性、文化的表达,包括志愿者的服务和现场互动等方面,都值得借鉴。包括赛事设计、周边及物料的设计都充分体现了法国人的审美,可以激发对于赛事视觉表达上的灵感。

“我们看到在奥运纪念品店,有很多周边产品都卖断货,这说明好的周边设计会让游客感受到赛事的品质和服务,这也是可供十五运借鉴的地方。”

受访人:黄锐新

广之旅金牌领队

开放式场馆吸引中国游客,看好“后奥运”游市场

“奥运前夕常规旅游的游客明显减少,但奥运会开幕后,游客数量有所增加。”黄锐新告诉记者,尽管之前有关巴黎奥运准备不足和门票价格上涨的消息一度让人却步,实际上随着比赛的进行,当地不少酒店价格回落,门票也回流市场,这让一些中国游客得以抓住机会亲临现场感受奥运氛围。

奥运期间带团欧洲与以往有所不同。据悉,旅行社特地安排了多个比赛场馆所在地标的游览,如协和广场、埃菲尔铁塔、荣军院等。由于当地交通限制,还会帮客人准备奥运通行证以方便游玩,并安排当地导游带领游客用步行的方式体验巴黎City Walk(城市漫步)。

黄锐新特别提到,中国游客对巴黎奥运会的开放式场馆兴趣浓厚,如埃菲尔铁塔下的沙滩球场、凡尔赛的马术场馆,法兰西体育场薰衣草紫色跑道更是大受欢迎。“巴黎的各个角落都能感受到奥运的气息。整个城市的安排也有条不紊,警力明显增加,遇到问题警察会耐心解答并给予指引。”

“奥运会这类大型活动提升了举办地的国际知名度,预计将吸引更多游客前往探索,相信后奥运游市场会呈现出良好的发展趋势。”黄锐新透露,巴黎奥运会后,旅行社的欧洲游产品,特别是含巴黎的产品如“经典法瑞意”,会进行创新优化,包括增加与奥运开幕式进场方式“同款”的塞纳河游船体验,增加游客的仪式感。此外,还将安排官方中文导游带客人入内参观荣军院——作为奥运射箭比赛的场地,这里已是今年巴黎的热点地标。

启发

巴黎奥运的举办突破了场馆限制,让游客得以有更多机会融入城市地标,对国内城市的文旅宣传有几点启发:一是城市形象的再塑造,利用城市地标埃菲尔铁塔、荣军院、协和广场、凯旋门、塞纳河等作为赛事背景,将沙滩排球、滑板、霹雳舞、击剑等比赛项目安排在著名地标举行,能为参赛者和观众带来不同寻常的体验,有助于塑造更现代、开放、活力的城市形象,提升城市的国际知名度。

二是文旅融合的新体验。巴黎奥运会开放式的体验为游客带来独特的回忆,这种融合不仅限于观赛,还包括城市文化探索,增加了游客的参与度和体验感。利用赛事作为平台,能更好地推广城市特色文化和旅游资源。此外,巴黎奥运会的创新宣传方式以及多元化的传播都值得思考。

结合即将举办的十五运,以广州为例,可以利用丰富的历史文化资源,如岭南文化、美食、传统工艺等,开发与赛事相关的旅游产品和线路,探索“文旅体+”模式,吸引更多的游客和体育爱好者。

一边为奥运健儿助威,一边漫享巴黎的浪漫 不一样的巴黎盛夏:冲着奥运去旅行

图受访记者提供
文羊城晚报记者 刘星彤 梁善茵

风向标

巴黎奥运会带动国内体育运动热

巴黎奥运会一方面让欧洲游趋热,一方面则切实带动了中国国内体育运动消费热潮,边看比赛、边体验运动项目,年轻人热情高涨。

根据携程数据,今年6月起,

“奥运”关键词热度同比上涨52%。

“旅行+”话题热度排名靠前,在其网站上,水上运动、潜水、冲浪、滑雪、射击等运动体验类攻略点击量

齐齐上涨。

美团数据显示,奥运会开

幕以来,游泳、羽毛球、射箭、室内冲浪、攀岩等项目成为搜索最多的项目。7月以来,全国“游泳场馆”搜索量激增,从搜索热度来看,广深位列第三、第四,从游泳订单增速来看,广州更位居全国之首。

值得关注的是,除游泳、网球、乒乓球、羽毛球等常见体育项目外,一些新兴项目也在逐渐风靡。7月以来,美团上“射箭馆”的搜索量同比增长40%,上海、北京、广州、深圳、武汉成为热搜排行榜前五城市,射箭相关团购在广深等地的订单单

速位居前列;奥运热也带火了“攀岩热”,7月以来,“攀岩馆”搜索量同比增长62%,上海、北京、深圳、成都、广州搜索热度最高。

此外,首登巴黎奥运会赛场的霹雳舞项目同样开始“复古流行”。今年以来,美团上“霹雳舞”的搜索量同比增长107.8%,相关笔记攻略数增长150%。种种迹象显示,新兴体育赛事相关内容正在成为Z世代们关注的焦点。



“莎头组合”孙颖莎/王楚钦赢得乒乓球混双金牌,现场气氛热烈

羊城晚报特派记者 林桂炎 摄

游客印象

越洋观赛
解锁当代年轻人眼中的“奥运游”

受访人:马煊

德国慕尼黑大学留学生,广东人

当地时间7月27日晚,在德国留学的马煊赶到巴黎观赛。她先后观看了两场篮球比赛,其中一场是中国女篮对战西班牙(篮球比赛场地设在距巴黎市区约一个多小时车程的城市里尔),另外还观看了7月29日上午的游泳比赛。

行前她在小红书上搜了一些巴黎旅游景点方面的攻略推荐,除了计划到卢浮宫、凯旋门以及巴黎铁塔外,还行前在常规“拔草”,她还把巴黎埃菲尔铁塔在奥运期间的限定五环装饰以及夜晚整点亮灯列入了打卡清单。

观赛体验

之前就听说巴黎奥运会的场馆是临时搭建的,实际上进入场馆内部,还是感觉很漂亮,但也确实满满的“工业风”——肉眼可见的水泥、钢筋,场馆内也没有电梯,要爬四层楼观看。

从奥运氛围来说,巴黎街头有很多蓝粉色的主题海报装饰,地铁站随处可见周边景点的指引图标,对游客来说很方便。

让我印象较深的是,此次奥运会期间,巴黎街头有很多说英语的人,显然都是为奥运而来的外国游客,因为当地人基本不说英语。

在游客的拉动下,售卖奥运会周边商品的小亭子也格外火爆,基本上每个亭子前都会排长龙抢购,我自己也买了很多。走在街上,随处可见戴着奥运周边帽子的游客,氛围特别好。

巴黎印象

融合、多元。有各种肤色的人聚集在这座城市,是我去过的所有欧洲城市中最明显的。

此外,奥运期间巴黎的治安也到了“巅峰”状态,几乎五步一队警察,十步一队持枪军人,游玩起来让人感觉很放心。

受访人:斯颐

在爱尔兰工作的广东人

斯颐在7月28日抵达巴黎,由于此前已多次游玩巴黎,这次只待了三天,纯为看比赛。

斯颐现场观看了三场乒乓球比赛,分别是混双1/4决赛、半决赛和决赛。

观赛体验

整体体验挺好的,现场加油声很热烈,尤其到了决赛,为中国队加油的观众几乎占了场内观众的90%,整个场馆飘扬着红色的国旗,加油声响亮,很有现场气氛。

观赛之余,我还和奥运火炬、吉祥物合了影,因为买的门票属于礼包,除了入场门票外,还会提供一些增值服务,包括去休息室和奥运火炬、吉祥物合影。

巴黎印象

精致、悠闲。精致是指城市建筑物,包括埃菲尔铁塔、凡尔赛宫等。悠闲是感觉巴黎是一个适合一天到晚闲逛和购物的地方。

受访人:李芷昕

香港中文大学学生,广东人

李芷昕在7月29日抵达巴黎,计划玩15天。因为同行的朋友对巴黎比较熟悉,加上有地陪司机,所以她没有做太多准备,除了赛事门票是提前一年多购买的。

这次她看了乒乓球比赛,同行的朋友还看了网球和游泳赛事。

观赛体验

从观赛体验来说,羽毛球比赛场馆的搭建有点“草率”,临时搭建的痕迹明显,缺乏一定的舒适度,但现场指引还是挺明确的。此外也有很多志愿者指引,到处都能见到卖纪念品的小商店,奥运的气氛很浓。

巴黎印象

浪漫也散漫,有一种莫名的松弛感。虽然是在办一场全球瞩目的大型赛事,但好像也没有特意弄得井井有条,有一种“就这么办吧你们也就这么看吧”的感觉。

这次奥运赛事的举办突破了场馆限制,比如在沙滩排球的场地看铁塔是很漂亮的。但这种开放式的赛场还需要更严密的设计安排,因为会给不看比赛的游客出行带来一定困难。比如我们去卢浮宫的时候碰上了自行车比赛,游客完全走不出去,部分路段封路,导致耽误了很多时间。

广州亚运会之后,广东就很少承办大型综合体育赛事了。个人感觉,市中心的体育馆有点旧,比较新的又比较远,城市体育氛围还有待加强。明年的全运会由几个大湾区城市联合举办,届时希望能安排各地的接驳车,增加观赛的便利度,另外在公交站、地铁站可以多做宣传,增添赛事氛围,这一点巴黎奥运会就做得很好。



游客在南巴黎竞技场 斯颐 摄

一周旅游

文字整理/黎存根

出行:

暑运首月全国铁路累计发送旅客4.09亿人次

暑运开启已有一个月,亲子游、避暑游成为旅游市场重要增长点。据了解,7月1日至30日,全国铁路累计发送旅客4.09亿人次,突破4亿人次大关,同比增长4.3%,日均发送旅客1365万人次,日均开行旅客列车10639列。

航旅纵横大数据显示,7月,国内航线民航旅客运输量超585万人次,同比去年增长约6%;出入境航线民航运输旅客量超697万人次,同比去年增长约70%。机票价格方面,7月国内航线机票平均价格(不含税)约996元,比去年同期略有下降,比2019年同期上涨约11%。

入境游:

北京将推出一卡通国际卡

为了方便外籍乘客出行,北京计划推出一卡通国际卡BEIJING PASS,北京地铁车站正配合其上线。后续预计在“七站两场”(七大火车站、两座机场)的地铁站内面向外籍人士发售,方便外籍人士可持BEIJING PASS卡在北京轨道交通刷闸乘车。

为提升外籍乘客地铁出行支付便利性,从6月1日起,北京地铁所辖17条线路335座车站完成了POS机铺设,外籍乘客可通过POS机,使用外国银行卡支付购票乘车。近期,持万事达等外卡刷卡过闸、刷卡购买单程票、补票等服务也将逐步实现。

免税:

港澳进境免税额提升至1.5万

港澳进境居民旅客携带行李物品免税额提高已近一个月,暑假深港口岸旅客往来更加火热。7月30日,深圳海关有关负责人表示,自2024年8月1日起,该利好措施将推广至全部进境口岸(横琴“一线”口岸除外)。

据了解,自港澳进境,年满18周岁的居民旅客携带行李物品免税额提高至1.2万元,叠加免税店购买商品免税额达到1.5万元。这是一项惠民的务实举措。目前,新政策在罗湖、福田、深圳湾、广深港高铁西九龙站、拱北、港珠澳大桥珠澳公路等6个口岸实施。

邮轮游:

爱达地中海号邮轮今年年底将在广州南沙启航

爱达·地中海号邮轮将于今年12月18日开启从广州南沙出发的2晚3天至5晚6天的国际邮轮航线。爱达·地中海号全长292米,总吨位8.6万,拥有1057间豪华客房和套房,可容纳2680名乘客。船上设有15家餐厅和酒吧。

爱达·地中海号此次公布的从广州出发的邮轮度假航线,覆盖了中国香港、日本、越南等多个热门旅游目的地。届时,游客还可以在多样化的岸上观光线路中自由选择行程,深度领略目的地的风情。

免签:

巴基斯坦将从8月14日起对中国公民免签

当地时间8月1日,巴基斯坦总理夏巴兹·谢里夫宣布,巴基斯坦将从8月14日起对中国公民实施免签政策。飞猪数据显示,该消息公布1小时内,平台上8月14日及之后飞往巴基斯坦的机票搜索热度月环比激增超5倍,北京、广州、上海、成都、杭州等是热门出发地,伊斯兰堡、卡拉奇、拉合尔等是热门到达城市。

目前,北京、广州、乌鲁木齐直飞巴基斯坦首都伊斯兰堡,广州出发价格为2500元人民币,每年10月到次年2月是巴基斯坦最佳旅游时间。