



地派温泉儿童水城大受孩子们欢迎

广东别样避暑游

玩水康养两不误 三伏温泉也相宜

文/羊城晚报记者 黎存根
图/景区提供

今年夏天将格外热吗？广东却有望成为新的“避暑胜地”。记者发现，越来越能满足游客需求的各大温泉度假景区，良好的生态环境，层出不穷的玩水产品，实践“冬病夏治”的“三伏浴”，让这个夏天在广东实现玩水康养两不误！



温泉旅游
泉质等级
评定委员会
了解到，广东有
52家温泉企业获
得全国温泉旅游泉
质等级评定，数量全
国最多。而全国温泉旅游企
业星级评定委员会评选认定的
五星级温泉，广东就有7家，另
有1家四星级温泉。

广东温泉旅游产业呈现出
一个以康养为核心，休闲娱乐
与康养度假相互融合、并行发展的
市场格局。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。

不断完善儿童游乐和拓展设
施是温泉景区吸引亲子家庭

和年轻人客群的利器。如在森
林海旅游度假区夏季重点产品
森林海嬉水乐园，今年6月就已
接待逾20万人，玩水游客可以
躺在椰林中欣赏碧浪白沙，在天
阳湖游船、乘桨板冲浪，在乐水
一号深潜、浮潜，在捉鱼摸虾区
和孩子们一起找回小时候的快
乐，也可在林间树屋区体验大
大小小20多个特色温泉泡池。夏
天玩水避暑，也是众多广东温泉
景区的一大卖点。

▶龙门推出“三伏浴”

业界观点

温泉避暑也可以很好玩

广东温泉行业协会副会
长李星凯认为，广东的温泉
度假景区酒店的产品、价格、
服务、环境等综合来说是领
先于全国。“近几年，我们已
经提出暑期不是温泉淡季的
观点，温泉避暑也可以很好
玩，在暑假也是比较能够吸
引大众消费。”例如，不断增
加的大型水上设施，正吸引
越来越多的亲子家庭和年轻
人夏天到温泉度假。

李星凯特别指出，除了

丰富的温泉资源，优质服务

一直是广东温泉的核

心竞争力之一，而便利发达的交

通网络也是广东温泉得天独厚

的优势。他们希望传递出一

个理念，夏天来广东避暑玩

水，不一定是去海边，在很

多温泉度假区里面可以做

到白天快乐玩水、晚上泡康

养温泉，实现从走马观花到

度假的转变。

他表示，广东温泉行业

的投资除了强化亲子玩水

元素，还有更多的亲子主题

房、主题餐厅、主题游乐园

设施，在目前年轻人比

较喜欢的电竞游戏主题

方面也在不断引入，可以说

广东温泉产业已经不仅

是侧重于温泉这一传统产

品，更注
重以温泉特
色引领一站式目

的地建设，如森林

海、薰乐谷、海泉湾等大型

的温泉旅游度假区，已经成

为中国温泉旅游发展

的标杆，游乐项

目让省内外客

人都很喜欢。

在软件建设方面，广东

温泉企业也是不断创新，加

强与传统文化的结合，如根据

中医“夏病冬治”的原理和专

家联手创新推出“三伏浴”产

品，让客人在三伏天泡温泉的

过程中，也能达到一个很好的

康养保健效果。现在广东温

泉行业协会、龙门县在温泉

沐浴方式的创新方面，已经

走在了全国的前列。中医康

养大健康产业的发展，今后

将是广东温泉继续引领全国

的重要支撑，成为重要品牌号

召力所在。

此外，广东的避暑历来

少不了良好自然生态环境的

加持，各大温泉度假景区恰

恰就处于这样的良好环境之

中，所以也是天然的避暑产

品。因此，有这么多有利因

素，有理由看好广东特色

的温泉避暑产品体验，让淡季

不淡。

专家视角

温泉周边游可做大文章

暨南大学管理学院教授文彤
表示，一般温泉游的主要客源都
是以省内周边城市为主，适合近
中途旅游的产品属性，让广东的
温泉游市场很大。但很多人会
认为炎热的夏天并不太适合泡
温泉，因此季节性比较明显，夏
天是温泉旅游的淡季。

文彤认为，广东温泉要想有
更大的市场突破，就要充分发
挥广东温泉的特点特色。“世界
上有很多著名的温泉旅游目的
地，如瑞士、日本甚至冰岛，吸引
了大量游客不远万里去体验。就
是因为它们的温泉资源中的
疗养价值得到大众的认同。”

同样，广东要做好温泉水资源
的本质价值和特色宣传，与本地特
别有优势的服务和康养、理疗等结
合，让广东温泉品牌高端形象得到
更多人的了解认同，除了吸引本省
游客，也让外地游客也慕名而来泡
温泉。

此外，广东温泉景区普遍在
山清水秀、气候宜人的优越环境
之中，特别适合避暑度假疗养、
游山玩水，创新发展具有特色的
“三伏浴”产品等也是吸引市场
关注的好方式。



记者观察

广东温泉市场大、资源丰富、服务好
是难得的优势。但我们要看到，现在旅游消
费者追求更安全、更健康、更养生、更富有内涵的消
费体验。这对于温泉旅游行业来说，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体验，是行业面临的老课
题、新思考和大文章。

目前，温泉企业经营模式单一、产品同质化
问题还比较严重。抓住市场客群的变化，提供
更多满足不同客群需求的产品，是把温泉旅游
做大的关键。现实中，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。温泉消费呈现本地
化、休闲化、年轻化的趋势，年轻消费者更倾向
于周末与亲友旅居酒店享受“温泉+住宿+美
食”的一站式体验。而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。

从业者们应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、深掘卖点、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，才
能创造出更多、更新的消费模式和利润增长点。
即使是暑期也做到“淡季不淡”。

更重要的是，要培育具有广东本土特色的
温泉康养文化，推动温泉康养从“概念”到“产
品”的转化，形成温泉康养文化体系，让广东温
泉产业走上高质量发展之路。

风向标

“加长版”三伏天杀到，“哪儿凉快哪儿待着”成游客呼声

夜游、旅居、乡村避暑 在兴起

文/羊城晚报记者 刘星彤 图/新华社

今年的三伏天从7月11日开始，至8月19日结束，共40天。一个“加长版”的三伏天，且入伏时间较往年提早，持续的高温提早打开了“避暑游”的闸门——“哪儿凉快哪儿待着”成为市民游客的最大呼声。

记者观察发现，“长线避暑游”“夜游”“旅居”“乡村游”成为这个暑期热门的旅行标签。



长线游预订占比超过2019年同期

今年暑期国内长线游是众多游客的首选，避暑
纳凉成为最大需求。在线旅行平台发布的数据显
示，6月下旬以来，避暑游、研学游、海滨游热度居
高不下，上海、广州、北京、深圳等成为最热门的出发
地；暑期长线游产品预订占比已超过2019年同期。
据驴妈妈旅游网数据，山岳、草原、海滨等避暑类型
最受欢迎，海南、新疆、青甘大环线、内蒙古、川西、陕
西等是热门避暑目的地。

本地旅行社方面，据广之旅介绍，新疆、云南、甘
肃、内蒙古、山东、贵州、东北、河北等是目前咨询和
报名热度最高的跨省避暑目的地。性价比比较高的
如东北线路，将涵盖火山地质公园、特色火山泥泉理
疗、小兴安岭森林漫步、林菌宴、山珍宴等多种特色
体验。



广东用户“夜游避暑”热情最高

面对白天的烈日炎炎，也有不少游客选择夜间
出游，主题乐园及水上公园夜游、城市夜游、乘船夜
游等夜间游览项目日渐走俏。7月以来，驴妈妈
平台夜游产品的门票订单环比增长135%，出游人次
环比增长67%。黄浦江夜游、苏州古运河夜游、千岛
湖夜游、钱塘江夜游、珠江夜游、宁波东钱湖夜游等，
成为国内夜游的热门选择。

截至7月5日，同程旅行平台以“夜游”为关键词的
搜索量较上月同期上升161.5%，其中广东用户对
“夜游”的关注度最高，各大城市商圈、夜游景区以及
夜游船等成为夜游避暑的热门选择。

同程研究院首席研究员吴文凌表示，夜游是夜
经济的重要组成部分，每年的暑期都是各大城市夜
游的消费旺季。他进一步分析，“今年暑期夜游消费
呈现出供需两旺的态势，在供给端，夜游的核心业态
全面回归，从景区、主题公园的夜游到夜间演艺、秀
场，再到各类夜间文化节庆活动，数量大幅增长，品
质上也有较大突破。从需求端看，热门景区、目的地
夜游项目的参与热情高涨，长线夜游需求旺盛。同时，
周边及本地的周末夜游需求全面回归，对城市夜
经济及消费复苏形成了很好的支撑。”

旅居、乡村、民宿避暑游火了

炙烤的高温让山清水秀、凉爽清幽的乡村成
为人们偏爱的避暑出游选择。不少一、二线城市市民
游客带着全家一起“躲进”深山避暑，带动了乡村度
假酒店和品质民宿产品的订单增长。坐落于黄山黟
县的宏村帐篷度假酒店在7月迎来大批避暑客流，
订单环比增长60%。

在途家民宿平台，避暑清凉游也成为出游的首
选，青岛和威海包揽了近期热门预订城市前两名。此
外，不少用户选择到新疆、甘肃等地清凉游，多个西北
城市成为暑期民宿预订的黑马，如赛里木湖所在地博
尔塔拉、异域风情的古城喀什，预订量同比2019年均
增长40倍以上。而在亲子民宿预订中，文化旅游、农耕
游则成为家长们带孩子解锁的“另一种避暑游”。

此外，“游逸结合”的“旅居”出行模式在这个暑假
也“火了”。记者了解到，“旅居”系列产品因其深度、
慢享、休闲等特点，成为跨省避暑游市场的一匹“黑
马”。据广之旅介绍，目前推出的“旅居”系列产品，
避开人流密集的城市，以人少景美的山林、乡间作为主
要目的地，行程多为6天-9天，目的地包括内蒙古锡
林郭勒、河北承德、江西宜春、贵州六盘水等地。

“在同一家酒店连住，既包含所在目的地最有特
色的景点游览，也包含充足的自由活动时间，让游客
‘像当地人一样生活’，这是‘旅居’系列产品的重要
特点。”该社负责人表示。



“游逸结合”的“旅居”出行模式也“火了”