

一周旅游

文字整理/刘星彤

数据:

上半年国内出游人次27.25亿

7月26日,文化和旅游部发布2024年上半年国内旅游数据。根据国内旅游抽样调查统计结果,今年上半年国内出游人次27.25亿,同比增长14.3%。

其中,城镇居民国内出游人次20.87亿,同比增长12.3%;农村居民国内出游人次6.38亿,同比增长21.5%。国内游客出游总花费2.73万亿元,同比增长19.0%。城镇居民出游花费2.31万亿元,同比增长16.8%;农村居民出游花费0.42万亿元,同比增长32.6%。

新政:

港澳地区外国旅游团入境海南144小时免签

7月30日,国家移民管理局发布公告,自公告之日起,与中国建交国家的公民持普通护照到香港、澳门后,经在港、澳门合法注册的旅行社组团(2人及以上)入境海南旅游,可免办签证停留不超过144小时(符合与中国签署互免签证协定或中国政府其他免签政策的,从其规定)。入出境口岸为国家设在海南省的所有对外开放口岸,须整团入境、出境,活动范围为海南省行政区域。

惠民:

广东发放800万元文旅消费

为进一步释放暑期文旅消费潜力,广东省文化和旅游厅宣布在今年7月至9月开展新一轮广东文旅消费季惠民补贴活动,分多轮向公众发放总计800万元的文旅消费惠民补贴券。其中首轮发放于7月31日晚8时开始。

跟着奥运去巴黎旅行 享受塞纳河上“流动的盛宴”



▲埃菲尔铁塔上挂起了五环标志,吸引游客打卡
▲著名的凯旋门上挂起了残奥会的标志

B 跟着开幕式路线游巴黎正成为新潮流

在法国人眼中,2024巴黎奥运会就如同一场华丽的演出,巴黎的每一个角落都是舞台。而这次奥运会开幕式不在体育场,而是在塞纳河上举行,办成了塞纳河上“流动的盛宴”。同样,也为大众提供了一条绝佳的巴黎深度游精华线路。沿着巴黎奥运会开幕式入场路线,正好遍览巴黎的各大著名景点:从始于巴黎植物园附近的奥斯特里茨桥由东向西出发,航行6公里,绕过市中心的圣路易岛和西岱岛,穿过近十座造型各异的桥梁,经过巴黎的一众地标性建筑,最终抵达埃菲尔铁塔附近的耶拿桥。跟着开幕式路线游巴黎正在行为新潮流。而戴着面具的神秘火炬手的酷跑脚步,这穿梭于巴黎的各个屋顶,巴黎的市井街道、名胜古迹也一一展示。



很多巴黎市民前来观看开幕式

除了巴黎,法国乡村更浪漫

虽然这个盛夏最耀眼的莫过于巴黎奥运会,但也有人认为,“法国最美好的景色不在巴黎,而在乡下。”为了吸引更多中国游客,法国旅游部门推出了多款特色旅游产品,如乡村旅游、骑行之旅等,不少是围绕着世界上著名的波尔多、阿尔萨斯、勃艮第大区等葡萄酒产区进行,以满足来自中国等世界各国游客的不同需求。其各大产区里曲折盘绕的道路旁边便是茂密的葡萄园,葡萄园中经常有品酒会和文化节日活动,让游客可更加深入地体验法国的葡萄酒文化。

如法国西南部的波尔多产区加龙河(Garonne)两岸葡萄酒庄早已闻名世界,人们可以漫步于葡萄酒酒窖、品酒场所和博物馆之间,还有森林徒步、自行车和马背穿越葡萄园等绝佳体验。而从斯特拉斯堡启程的阿尔萨斯葡萄酒之路,更是一条充满葡萄酒的单车骑行路线,穿梭于葡萄园中间,经过中世纪废墟、充满鲜花的小村庄以及古罗马修道院。深入法国的乡村郊野河流与蔚蓝海岸,伴随着葡萄酒和佳肴,才能体会真正的法式夏日慵懒与浪漫。

A 非专业体育游和专业观赛游群体都大有增长

同比增长126%。

奥运会开幕首周,同程旅行平台上中国内地主要城市飞往巴黎的航班机票预订热度同比增长超150%。伴随着赴法游需求的增加,各大航空公司陆续增加相应航班。仅南方航空现在至9月11日,就在原有每周5班广州至巴黎航班的基础上,新增每周周一、三的相应班次。

记者了解到,各大航空公司航班增加后,8月份中国内地飞往巴黎的机票价格相比奥运会开幕式前几日已经有所下降,各大城市直飞巴黎机票价格3500元至7000元不等,中转机票价格在2000元至6000元不等。旅游业人士指出,近年来

中国的体育旅游已日渐成为文旅消费热点。调研机构发布的《2023-2029年中国体育旅游行业市场深度评估及投资盈利预测报告》显示,中国体育旅游行业正以每年30%-40%的速度快速增长。

奥运会指定区域的独家代理商凯撒旅游的相关负责人表示,经过这年的发展,非专业的体育游和专业的观赛游群体都有所增长。在本次奥运会产品中,凯撒体育推出的“法国南部10日观赛之旅”,既可以观看乒乓球男团决赛,为中国国家队加油助威,同时还可以畅游色彩斑斓的艺术小镇——尼斯、阿讷西、阿尔勒,产品一经推出就受到市场的欢迎成团出发。

荷包里的新消费

文/羊城晚报记者 许悦

爱马仕们积极开拓美妆线 高奢品牌要和年轻人开启对话窗口

又到一年秋冬新品发布季,近日爱马仕在北京发布2024年秋冬新品系列,除了最受关注的手袋、方巾、服饰、配饰等品类,近年来爱马仕的美妆系列也总有“出圈”亮点,如今年新出的淡香女孩香水、限量版口红。事实上,除了爱马仕,近年来越来越多的奢侈品进军美妆,依靠品牌极高的市场认可度,尽管爱马仕们从不进行大规模的营销推广,仍有大量消费者主动“尝鲜”。

爱马仕们涌入美妆赛道

在爱马仕此次发布的2024年秋冬新品系列中,一款丝意蔻韵淡香香水主打独特的生姜香调,专为多面而独特的女孩创作。作为丝意系列的第四款产品,尽管爱马仕并未过多宣传,小红书上已有许多测评,“自来水们”还将其与最近热播的《玫瑰的故事》挂上钩,认为这款新香与刘亦菲饰演的黄亦玫感觉很像,年轻活泼又清新明亮。

另一款备受关注的彩妆是Rouge Hermès限量珍藏版口红。自从2020年开始上线口红,爱马仕每年发布的新品中总不乏口红的身影,最具辨识度的便是其炫彩的陶瓷质地管身和设计,真“口红界的爱马仕”。虽然一支爱马仕口红的价格依然是其他品牌的几倍,但已经是年轻人能够入手的最便宜的爱马仕单品了,社交媒体上讨论度一直很高。

除了爱马仕,近年来越来越多的奢侈品进军美妆。阿玛尼、普拉达、迪奥、香奈儿、纪梵希等奢侈品牌都先后开拓出香水、彩妆、护肤等品类。其中,阿玛尼、普拉达、

召开的爱马仕财报会上,首席执行官Axel Dumas就多次强调美妆类别的重要性和未来的潜力,并透露爱马仕将有计划地向护肤领域扩张。

记者也留意到,目前高奢品牌的美妆版图中,香水线是布局最多的,彩妆类较少,护肤类是最少的,可供挖掘的空间很大。

根据爱马仕集团发布2024年第一季度业绩报告。销售收入同比增长12.6%至38.05亿欧元(约合人民币295.81亿元),按固定汇率计算则增长17%。相比之下,爱马仕集团在2023年第一季度同比增长22.3%,在第四季度则增长18%;按照品类划分,皮具和皮具部门在第一季度的销售收入同比增长15.5%至16.28亿欧元,在总销售收入中占比最大。成衣和配饰部门销售收入增长11.7%至10.61亿欧元,而丝绸织物部门和香水美妆部门则分别增长3.4%和3%至2.42亿欧元和1.3亿欧元。腕表部门仅增长0.1%至1.66亿欧元;从地区来看,欧洲市场销售额同比增长13.9%至7.57亿欧元,其中法国市场增长14.3%至3.12亿欧元。在多个奢侈品遭遇

能否弥补传统奢侈品的下跌还有待观察

挫折的美洲市场,爱马仕录得10.3%的增长。而亚太市场的销售额则同比上涨9.2%至22.77亿欧元。

同样是2024年第一季度,LVMH集团销售收入同比下跌2%至207亿欧元,路易威登和迪奥所在的时装皮具部门下跌2%,涵盖宝格丽和蒂芙尼的珠宝腕表部门下跌5%。开云集团销售收入则同比下跌11%至45.04亿欧元,其中古驰收入下跌21%。

跨界的美妆系列能否弥补传统奢侈品的下跌还有待观察,但爱马仕们主动放下身段的示好已经尝到了甜头。特别是在年轻人主导的社交媒体上,高奢品牌的美妆系列已经起到了年轻化品牌的作用,找到了与年轻人对话的窗口。

对此不少业内人士认为,如今在奢侈品行业里,奢侈品牌追求的已经不再是爆发式增长,而是比拼谁的展发展态势最稳、谁的忠诚客户最多,以及谁能从更细分的角度寻找机会。

上半年展览总面积近600万平方米 广州会展业竞争力全国第一

羊城晚报记者 孙琦曼 通讯员 穗商务宣

近日,南沙现代会展业沙龙暨国际金论坛会议中心启动仪式举行。会上透露,今年上半年,广州市专业重点场馆举办展览超百场,展览总面积近600万平方米,多数品牌展会展览面积较去年实现了两位数增长,入境的国际采购商数量明显上升。《2022年中国城市会展业竞争力指数报告》显示,广州会展业竞争力指数位居全国榜首,从全国第三跃居全国第一,并连续8年获“中国最具竞争力会展城市”殊荣,彰显出广州会展经济韧劲强、后劲足、潜力大。

首批认定品牌展会名单出炉

广州首批认定的10个重点品牌展会、7个优质品牌展会和8个成长型品牌展会也正式出炉。广州市商务局于2023年制定了《广州市品牌展会认定办法(暂行)》,围绕展会规模、影响力、国际化水平、存续性、可持续发展能力等核心要素设置了13个指标,形成品牌展会评价指标体系。

“本次为首批认定品牌展会授牌,对引导全市展览项目

品牌化发展具有很好的示范带动作用。”据广州市商务局相关负责人透露,这些展览会均在广州专业重点展馆定期举办,对产业发展具有很强的引领作用。

据了解,广州市商务局正加快修订《广州市关于促进会展业高质量发展的若干措施》,研究出台《广州市现代会展业高质量发展三年行动计划》,以推动提升广州会展业发展能级。

下半年多个展会在穗开幕

而在今年下半年,还有多个重要展会即将在穗拉开帷幕。

2024广州全球茶业交易博览会将于8月16日-19日在穗举办。据介绍,本次交易会将以“打造全球茶业交易平台,服务外贸创新发展”为定位,以“外贸新动能,数字新未来”为主题,致力于打造有为政府和有效市场相结合的行业发展平台。

可以预见,8月的广州将依然以展会友,以商兴城,延续“会展热”。144小时过境免签政策也将带来更多的展会“流量”,为国际商贸、参展人士来穗进行商贸洽谈、参加展会、观光旅游提供便利。



高奢品牌们正积极涌入美妆赛道寻找与年轻人对话窗口