

从奢侈品到必需品 看旅游方式的递变



本报讯(记者王俊栋)经过几十年的发展,旅游从最先的奢侈品变成了现今的全民参与的生活必需品,从国内游到出境游,从跟团到自由行、定制游,从线下门店到互联网、手机端,不断出现的创新旅行方式,完全改变了中国人的旅游与生活。特别是互联网的出现,极大地解放了中国旅游者。携程近日对“改变中国人的十大旅游方式”,进行了盘点。

在线旅游从手拎帆布包到手握APP。1999年“黄金周”制度开始实施,中国旅游业也出现了全新事物:在线旅行服务商结束了中国人出门订酒店要靠朋友,买张机票还需要人情的年代,包括跟团游在内,转移到互联网和手机端预订。

跟团游越来越多样化。跟团游作为一种有全程服务的旅游方式,长期是中国人主要的旅游类型,伴随着改革开放有三四十年的历史,但依然“长盛不衰”。跟团游其实并不“传统”,而是一直在与时俱进,已经发生了很大的变化。

自由行风靡。自由行为21世纪以来伴随着互联网兴起的新型度假方式,旅游者可以根据自己的喜好自由组合搭配酒店、航班等组合套餐,打包费用节省。自由行已经成为中国旅游市场主要的旅行方式和产品类型。携程也成为自由行平台,可以实现全球酒店、机票、火车票、门票、当地玩乐、接送机、保险、签证的打包组合预订与服务。

环游世界,中国人富起来的新梦想。从携程平台的产品看,高端旅游产品已成为一大类型,价格的门槛也从5万元至88万不等。例如,中国赴南极的“超级旅行者”12年

时间增长达100倍,已成为全球第二大赴南极旅游客源地。单人最高花费达到64万元,人均花费11万元。

高铁让中国成为旅游强国。中国坐高铁的人数一年有约15亿,越来越多旅游者选择高铁出行方式。携程负责人认为,高铁又快又便宜,速度比国外快一倍,价格只是别人的四分之一,把中国人的活动半径增加了一倍,活动范围增加了4倍。2018年携程首家上线了“高铁游”频道,提供吃、住、行、玩的一站式旅行服务,让用户真正实现“乘着高铁去旅行”。

订门票逛景区,中国人玩转全球。买门票看景区,是我国旅游市场一道鲜明的风景。互联网特别是手机端预订门票的出现,改变了中国人在景区门口排队买票的历史。2013年,携程宣布“全球门票预订平台”全新上线,之后又升级为“全球玩乐平台”,为旅行者提供专业的门票代购与目的地碎片化产品预订。这一平台目前每年为数千万旅游者提供服务。

国人爱上了邮轮旅游。2006年,嘉年华集团旗下如歌诗达率先进入中国,将邮轮旅游这种形式与概念带入中国人的生活。中国掀起一股邮轮热,游客数量大幅增长,豪华邮轮品牌均向中国拓展市场。经过12年的发展,中国已经成为了全球第二大、亚洲第一大邮轮客源地。

定制游满足国人的旅游想象。越来越个性化的中国旅游者,又迎来了“私人定制”的时代。特别是互联网的定制游,实现了海量用户和定制供应商之间的高效匹配,使得定制游迅速走进普通大众,



成为跟团游、自由行之外又一种主流的旅游方式。

主题游不走寻常路。时间不断推移,旅游不再是逛景点、购物,游客希望能有深度的体验。徒步、登山、滑雪……独具特色的主题旅游方式和产品火起来。根据携程主题游数据,2018年主题游十大类型分别是旅拍写真、成长体验、深度摄影、徒步登山、奢侈生活、潜水、旅游婚礼、禅修养生、越野自驾和骑行。

网约导游兴起。很长时间内中国人要通过旅行社报团才能有导游服务,但随着旅游市场的改革开放,国家试点自由执业导游和在线预约,“网约导游”开始成为最新流行的旅行方式。2016年10月,携程上线了国内首个导游自由执业网络预订平台——携程当地向导平台,导游明码标价透明服务。据统计,2018年携程为向导带来了超过50万订单,200多万用户,服务全球90多个国家9000多名注册向导。

满汉全席“北派菜” 系列标准获黑龙江省 科学技术成果奖

记者获悉,黑龙江省省级非物质文化遗产项目——满汉全席(北派菜),经过国家、省级标准化研究机构深入论证和研究,最终编制完成的黑龙江省地方标准“满汉全席北派菜”系列标准荣获黑龙江省科学技术厅颁发的科技成果证书。

满汉全席起源于清朝,是中国传统饮食文化的代表。其中,北派满汉全席的主要原材料都来自黑龙江,并对黑龙江地方菜系的发展产生了极大的影响。黑龙江省地方标准“满汉全席北派菜”系列标准的制定,是对黑龙江省非物质文化遗产——满汉全席(北派菜)的深度保护和传承,是通过科学、合理、可操作的标准化模式对传统文化和现代科技的有效整合和开发,推动非遗文化可持续发展的重要举措。

黑龙江省非物质文化遗产保护中心相关负责人表示,该系列标准的制定填补了黑龙江省非物质文化遗产标准的空白,对于提升黑龙江省乃至全国非物质文化遗产的保护传承意识、拓展非物质文化遗产继续生存和推广的空间、促进非物质文化遗产项目的实践中振兴,全面激活非遗潜能,具有重要意义。(本报综合)

太原新增10家 工农业旅游景点

记者获悉,山西康培现代农业科技园、赵家山怡荷园9家旅游企业日前被命名为“太原市农业旅游点”,杏花岭区1898晋造工业文化园被命名为“太原市工农业旅游点”。

根据《太原工业与农业旅游点建设与评定》标准,经各县区文化旅游局推荐,检查验收组现场评定,太原市旅游发展委员会党组研究决定,命名晋源区山西康培现代农业科技园、赵家山怡荷园、花卉小镇、圣元佳昕农业观光园、姜烦县美美公社、东山生态庄园、潘家庄蟠桃园、河北村、阳曲县龙城农庄为“太原市农业旅游点”,命名杏花岭区1898晋造工业文化园为“太原市工农业旅游点”,并颁发证书和标牌。(本报综合)

第二十届哈尔滨 冰雪大世界开园

第二十届哈尔滨冰雪大世界12月23日晚开园,以“筑梦冰雪天地,共享金山银山”为主题迎来创立20周年,浓缩历届精华,融合全新亮点,迎接各国来客。

哈尔滨冰雪大世界全园打造上百个冰雪景观群,总占地面积60万平方米,用冰量11万立方米,用雪量12万立方米。在“筑梦二十载”区域,建造高达42.85米的“1999世纪光塔”,象征首届冰雪大世界创立于1999年,借鉴迪拜塔的设计风格,冰体层层叠叠高达二十级,寓意20年发展步步提升。

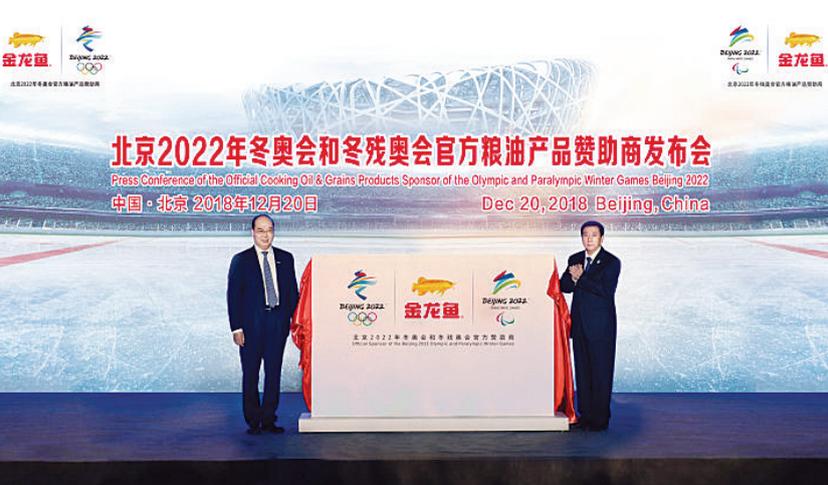
为增添旅游体验的文化内涵,本届冰雪大世界还打造哈冰秀、室内儿童剧、梦想大舞台等多场精彩演出;并将陆续推出“冰城潮趴跨年冰雪电音节”以及国际冰雕赛事等多项活动。(本报综合)

金龙鱼成为北京2022年冬奥会 和冬残奥会官方粮油产品赞助商

本报讯(本报记者易旭辉)12月20日上午,“北京2022年冬奥会和冬残奥会官方粮油产品赞助商发布会”在国家体育场金色大厅召开。在本次发布会上,北京冬奥组委正式宣布益海嘉里旗下的金龙鱼品牌成为北京2022年冬奥会和冬残奥会官方粮油产品赞助商。继成为北京2008年奥运会食用油独家供应商之后,金龙鱼成为国内首家服务过奥运会并将服务冬奥会的粮油食品企业。

北京市副市长、北京冬奥组委执行副主席张建东,北京冬奥组委党组成员、秘书长韩子荣等领导出席了发布会。张建东执行副主席与益海嘉里集团副董事长兼首席运营官穆彦魁为“金龙鱼和北京2022年冬奥会和冬残奥会组合标志”揭幕。

北京冬奥组委秘书长韩子荣致辞表示,金龙鱼长期专注于粮油领域,不断研发生产高品质产品,已经“游进”了千家万户,并参与了北京2008年奥运会的市场开发工作。今天,金龙鱼在服务奥运的征程上更进一步,牵手冬奥会,成为了“双奥”品牌。希望金龙鱼秉承服务北京2008奥运会的优良品质,继续为北京2022冬奥会提供一流的产品和服务;也希望金龙鱼充分发挥品牌、产品、渠道等市场优势,大力宣传健康生活理念,提升北京冬奥会影响力,吸引民众参与冰雪运动,助力实现“三亿人参与冰雪运动”宏伟目标,服务健康中国建设。北京冬奥会也将竭诚为企业搭建展示平台,提供优质服务,使企业充分获得奥运品牌带来的广泛收



益,努力实现经济效益与社会效益双丰收。益海嘉里集团副董事长兼首席运营官穆彦魁回顾了金龙鱼十年来在支持中国体育事业发展上做出的努力和贡献,他谈到,从北京2008年奥运会食用油独家供应商到鼎力支持中国女排、服务深圳世界大学生运动会、全力支持第十三届全运会……每一次金龙鱼都出色地完成了各项赛事的服务保障工作。作为北京2022年冬奥会和冬残奥会官方粮油产品赞助商的金龙鱼,将会继续秉持奥运精神,不断前行、永不止步,为北京冬奥加油,为健康中国加油。

据了解,金龙鱼除了成为北京2022年

冬奥会和冬残奥会官方粮油产品赞助商之外,还同时成为中国奥委会官方粮油产品赞助商、2020年东京奥运会中国体育代表团官方粮油产品赞助商、2022年北京冬奥会中国体育代表团官方粮油产品赞助商以及2024年巴黎奥运会中国体育代表团官方粮油产品赞助商。

在未来,金龙鱼还将在创新、品质、极致、放心、健康五大环节锐意进取,以新升级的高品质米、面、油、调味、挂面等全线产品为奥运健儿保驾护航,成为全民健康水平提升背后的力量,为北京冬奥会,为13亿国人,描绘出一幅健康新蓝图。