

康养旅游：旅行社新蓝海



游客在海南三亚大小洞天旅游区休闲度假 本报记者 陈晨摄

海南：康养旅游产品“种草”记

□ 林雯晶

如今在海南，一度被冠以“中老年游”标签的康养主题旅游线路，正在成为年轻游客的热门选项。

康养市场人气足

“从携程订单和咨询来看，海南康养产品人气越来越高。”携程集团公共事务部华南总监杨辉介绍，根据海南不同区域的特点，携程推出了七仙岭康养、三亚绿地康养居以及陵水、博鳌等地的康养产品。产品主要采取套餐形式——康养体验+当地旅游观光，客人除了可以在康养中心体验，还可以在本地观光游览。

“根据客户的需求，我们定制了多款体验套餐，一般以5至6天为主，价格在2000元至3000元不等，体检+游玩类产品比较受欢迎。”逍遥文旅集团相关负责人表示，接下来，集团将进一步整合海南各康养基地、国家基因库及博鳌医疗先行区的体检、康养、医疗方面的资源，做好落地康养及医疗服务。

海南旅惠国际旅行社总经理张惟惟表示，为了精准服务客群，该社将报名参团的游客进行分类，为青睐养生观光的游客，提供慢旅途游以及更多的打卡、拍照、中医调理等机会；为喜好休闲互动的游客，提供雨林漂流、茶园采茶等特色体验。此

外，围绕博鳌乐城国际医疗旅游先行区的体检项目，根据客人的检测结果，提供包括膳食营养、运动养护、风险预测预防等方面的建议，满足人们关注健康的新需求。“这种结合了周边美丽乡村、生态景点的康养新体验，市场反馈很不错。很多人都是看到客户旅途分享后报名的。”张惟惟说。

产品针对性更强

到博鳌乐城国际医疗旅游先行区，体验针灸、拔罐等中医理疗的魅力，再到周边美丽乡村走一走；前往海南呀诺达雨林文化旅游区感受“森林浴”，来一场“洗肺之旅”；到三亚南山文化旅游区祈福，感受禅意，品尝养生餐；前往琼海官塘、保亭七仙岭、儋州莲花山等地享受温泉疗愈……海南丰富的康养资源为旅行社设计康养主题线路产品提供了思路。

近两年，海南康养主题旅游产品更加丰富，且更有针对性。面向时间充裕又注重养生的中老年游客，旅行社主推冬避寒夏避暑的旅居项目——住在康养度假酒店或公寓，享受健康体检、营养膳食、管家服务等。考虑到年轻人工作忙且多处于亚健康状态，旅行社推出的康养产品以放松、运动、休闲为主，同时兼顾“高颜值”“有趣味”“强体验”的游玩体验，多与徒步登山、雨林探秘、温泉泡汤、低空

飞行等项目结合。服务向往高品质度假生活的人群，产品多以乐城高端医疗、专属旅游服务、免税购物消费等为主打。

10天、15天、30天……近两年，凯撒旅游因地制宜、因时施策，相继推出了适合中老年康养市场的“芳华驿站”产品，带领中老年游客在海南五指山仁帝山国家雨林康养基地、海南博鳌宝莲城康养基地体验康养+旅游。该社还推出“大健康旅游+精密体检”产品，如凯撒大健康—海南博鳌乐城免疫力改善之旅、凯撒大健康—海南博鳌乐城中医调理+精密体检+三亚度假之旅等产品，通过多元化的产品和服务，加速在海南康养旅游市场布局。

“以‘芳华驿站’为例，该产品克服了传统旅游行程紧张、强制购物、走马观花的弊端，以驿站为核心、周边景点为半径，行程自主轻松，无购物烦恼，中老年游客可以享受度假旅居的悠闲时光。”凯撒旅游相关负责人表示，“芳华驿站”产品还特别安排了“小管家”服务。“小管家”多为旅游管理专业毕业的学生，经过专业培训，为中老年游客提供体贴入微的服务，深受好评。

深耕康养游市场

今年以来，海南省旅游和文化广电体育厅与多家旅游企业合作，共推康养旅游产品。比如，与飞猪、携程、

跨省跨界 山西东方国旅瞄准康养大市场

□ 王文华

眼下，位于山西太原市丽华大酒店内的“康养一号”健康体验中心正在紧锣密鼓地布置中，预计将于7月底开业。体验中心由山西东方国际旅行社（以下简称“山西东方国旅”）投资建设，引进了海南博鳌乐城国际医疗旅游先行区的高端医疗技术与装备，市民游客在体验中心可以了解康养特色服务，体验其中的项目，还可以预订山西东方国旅推出的新产品“康养一号”（乐城版），跟着旅行社到博鳌乐城亲身体验，感受海南的碧水蓝天，健康、旅游两不误。

新冠肺炎疫情让人们对于健康的需求更加迫切，同时也倒逼旅行社企业反思多年来的发展模式，加速转型升级。山西东方国旅就是其中的积极践行者之一。山西东方国旅董事长常学峰说，面对疫情，压力越大，我们越

不能被动等待，必须主动突破，主动寻找机遇、寻找出路。

一次偶然的机会，常学峰去海南参加一个会议，行程中有参观博鳌乐城先行国际医疗旅游先行区的内容。职业的敏感让他意识到这是个好机会，因为“大健康是一份事业，旅游+健康更是人心所向、大势所趋”。

回到山西，常学峰马上召开座谈会，探讨如何实现旅游赋能健康，填补收容空白。

2020年底，由山西东方国旅控股的“东方康养”公司在博鳌乐城先行国际医疗旅游先行区成立，山西东方国旅·博鳌宝莲城康养基地挂牌。常学峰将山西东方国旅的大势所趋带到了海南，集中精力设计医养结合、医旅结合的“旅游+健康”新产品。

很快，“康养一号”（乐城版）旅游产品面世了。该产品实行山西东方国旅、“东方康养”双品牌运营，提供导游

和健康经理师双领队服务。游客在导游的带领下旅行，在健康经理师的带领下体验健康服务。

5月，“康养一号”（乐城版）旅游产品正式推出，仅一个多月，已有近百人前往体验。该产品总领队刘瑜说：“游客基本都是首次到博鳌乐城国际医疗旅游先行区。大家被这里良好的生态环境、高科技的医疗技术与装备、高端医养项目所吸引，对康养旅游有了新认识。”

转型方向确定后，山西东方国旅在省内的700余家门店也随之做出了改变。旅行社门市的招牌旁，多了醒目的“旅游+健康”驿站标志。进到店里，游客可以看见国际医疗旅游相关图片，听工作人员介绍线路情况。

只是看和听，似乎不太过瘾。后来，就有了“康养一号”健康体验中心。“‘康养一号’将作为一个试点，我们计划在全省的高档社区、康养基地等设立

康养旅游市场前景可期

□ 陈静

在危机中寻商机，于变局中开新局。自去年新冠肺炎疫情暴发以来，遭受重创的旅游行业无时无刻不在探寻新的出路，自救、创新成为行业发展的主旋律。打破陈规的创新值得鼓励，而迈向光明的创新更值得点赞。本版刊发的两篇稿件中，旅行社开发康养旅游产品的探索，为业界打开了一个新的窗口，提供了具有可操作性的思路和经验，值得借鉴。

康养旅游具有光明的市场前景和广阔的市场空间。党的十九大报告提出，实施健康中国战略。人民健康是民族昌盛和国家富强的重要标志。要完善国民健康政策，为人民群众提供全方位全周期健康服务。“十四五”规划和2035年远景目标纲要也专门指出，全面推

进健康中国建设。把保障人民健康放在优先发展的战略位置，坚持预防为主的方针，深入实施健康中国行动，完善国民健康促进政策，织牢国家公共卫生防护网，为人民提供全方位全生命期健康服务。前不久，文化和旅游部印发的《“十四五”文化和旅游发展规划》，更是明确提出，丰富优质旅游产品供给，创新旅游产品体系，优化旅游产品结构，提高供给能力和水平。发展康养旅游，推动国家康养旅游示范基地建设。

近年来，伴随着经济的快速发展，处在快节奏、高压力的工作和生活环境下的人们，对休闲康养度假存在着不同程度、不同类型的需求，形成了庞大的潜在市场。而此次新冠肺炎疫情，在一定程度上也改变了人们对自身健康的认知，人们康养旅游的意识

求越发增强。正如《康养蓝皮书》主编、中山大学旅游学院副院长何萃所指出的，经历过疫情，民众健康与养老产业需求将加速释放，为区域康养产业发展提供更广阔的空间。有不少专家预测，未来，康养旅游市场将逐步扩大，发展面临新的机遇。

我国源远流长的中医技术、星罗棋布的山川河流村庄、脍炙皆是的历史名胜等，奠定了康养旅游发展的先天条件。戴德梁行2020年6月10日发布的《中国康养旅游的发展与趋势报告》显示，近年以来，伴随着金融、旅游、房地产行业深度融合，“康养+”（医疗旅游+养生旅游）双轨发展模式迅速在全国各地铺开。2016—2020年，康养旅游市场规模年复合增长率约20%。

这一巨大的市场蓝海，为旅行社的转型创新提供了新的阵地和施展空

政策背景

《海南省“十四五”旅游文化广电体育发展规划》节选

充分利用海南自由贸易港“零关税”“低税率”政策，积极落实“大力发展旅游业，推动旅游与文化体育、健康医疗、养老养生等深度融合”和“积极发展海洋旅游”政策部署，优先发展购物旅游、医疗康养旅游、海洋旅游、文化旅游、体育旅游产品，支撑海南建设购物天堂、度假天堂、康养天堂。

医疗康养旅游：结合全省“一核两板三区”的健康产业构建格局，将优质医疗资源与旅游资源有效协同，打造健康旅游目的地。

做强龙头带动。以乐城先行区为核心，积极融入医疗健康消费内外双循环，发挥高端医疗服务、专病康养、中医药康养、涉外医疗等健康旅游产品，打造医疗旅游消费回流重要平台。

做深医养结合。依托中医药、中药、药膳等资源优势，优先发展中医药和轻医疗康养旅游，丰富万宁兴隆咖啡养生、琼中沉香康养等特色养生项目。提升打造7个雨林养生基地、7个温泉养生基地，重点发展亚健康健康管理、照护康复等产品和配套设施，高标准建设健康养生养老社区、大健康及生命康复中心，全省布局一批医养结合示范基地。

做实产业保障。健全医疗健康旅游安全保障，发挥海南省康养旅游协会的行业自律作用，加大以境外游客、国内游客和候鸟老人为目标客户群体的宣传力度。盘活城乡闲置地产，严禁康养地产乱象出现。

途牛、去哪儿等平台共同推出“海南健康欢乐购一我和春天的约‘惠’”主题联合推广活动；与携程集团合作，孵化有当地特色的旅游达人，在“康养乐城”开展直播直播探店活动等。

这些只是海南省旅游和文化广电体育厅发力康养旅游市场的一个缩影。将海南打造成“康养天堂”是该厅“十四五”时期的重要规划部署。

采访中，多位旅行社负责人表示，海南多地正在大力推进康养旅游项目建设。未来，海南康养旅游供应链条将进一步完善，随着软硬件设施的提升，海南康养旅游市场大有可为。

更多的体验中心，让市民在家门口就能体验“康养一号”产品。”常学峰说。

从确定转型方向到开始建设健康体验中心，只用了不到两年的时间。在疫情防控常态化背景下，这样的转型会不会有些仓促？对此，常学峰的回答是：“成立29年来，山西东方国旅在旅游服务方面积累了丰富的经验，用品质赢得人心、用服务赢得市场，是我们推出更多健康旅游产品的底气。”

创立29年来，山西东方国旅坚持以市场需求为根本，以自主设计为基础，在传统旅行社受互联网冲击举步维艰时，自行研发了SaaS旅行服务平台——掌掌机；2016年服务部等11部门联合印发《关于推进中小学生研学旅行》后，马上成立了山西行知研学旅行有限公司，量身定制研学产品。

“和山西东方国旅一样，全国很多同行都积累了大量的客户群。目前要做的是推出适合客户需求的好产品，健康的产品，盘活存量，激活增量，不断满足客户的新需求。”常学峰说。

间。就当前市场情况来看，单纯以“养老”为单一核心的康养旅游产品已经较为少见，复合型、多维度、多业态的融合产品正日益成为主流。

近几年，云南、甘肃等省市先后出台了支持康养旅游发展的政策。旅行社在探索创新时，应乘这股“东风”，朝着康养旅游这一新方向，在政策允许的情况下，盘活渠道资源、客户资源和产品资源，深挖市场潜力，探索产品创新，用品质赢得人心、用服务赢得市场。

此外，在转型过程中，旅行社企业应注意以下问题：一要选准有市场前景的项目。二要有优良的产品设计，要设计既符合游客需求、又符合转型项目特点的旅行社产品。三要有规范的市场运行，既符合旅游法、旅行社条例等法规，又符合转型项目领域有关法律、法规的要求。四要有充分的人才保障，发挥好原有渠道和人员的作用，并吸收新兴人才加入。五要有持续的市场宣传，用游客喜闻乐见的方式，迅速打开市场。

旅游投诉典型案例解析

警惕低价诱惑 慎重对私付款

案由

通过某在线旅游平台，游客鱼某搜索到了一条价格低、行程好的旅游线路。随后，通过平台联系到提供产品的某旅行社客服赵某。赵某称，通过微信转账报名可以优惠，鱼某便通过微信转账的方式将旅游款支付至赵某个人账户。双方未签订书面旅游合同。到了约定的出行日期，鱼某未接到任何出游信息，后多次联系赵某，对方均处于关机状态。鱼某投诉至江苏省苏州市吴中区文化体育和旅游局，要求旅行社退回团款，并承担违约责任。

在处理这起投诉时，吴中区文化市场综合执法大队发现，还有百余名投诉和鱼某的案情相同。为简化工作流程，执法大队根据游客是否签订了包价旅游合同，对百余起投诉进行集中处理：对于未签订旅游合同且付款至个人的，建议投诉人及时报警处理；对于签订了旅游合同，且符合旅游投诉受理条件的，第一时间开展调解。

经吴中区文化市场综合执法大队调查，涉事旅行社已停止营业，并有多起重大经济纠纷案件，其法定代表人李某已经失联。鉴于涉事旅行社无力承担赔偿责任，吴中区文化体

育和旅游局委托法律顾问，协助游客依照合同约定的诉讼或仲裁途径依法维权。经过长达一年半的诉讼和执行程序，法院执行涉事旅行社旅游服务质量保证金账户，赔偿百余名游客未履约团费及违约金，共计79万余元。

提示

在此提醒广大游客要维护好自身合法权益：一是要选择正规在线旅游平台的旅游产品，不可轻信网络客服的口头宣传与承诺，谨防上当受骗；二是应与旅行社签订书面旅游合同，以免维权时缺乏相关依据，合同内容也务必仔细核对；三是要警惕“低价”诱惑，慎重“对私”付款，游客在支付付款时，应将相关费用支付到旅行社对公账户，并向旅行社索取发票、行程单等；四是在行程中，如果发现旅行社提供的服务违反合同约定，应注意保留相关证据，及时向文化和旅游行政管理部门投诉。

案例提供单位：江苏省苏州市吴中区文化市场综合执法大队
案例编制单位：文化和旅游局旅游质量监督管理所
（本栏目由文化和旅游局旅游质量监督所 中国旅游报合办）

东京奥运会不接待外国游客 退票退款再引争议

□ 本报记者 张宇

近日，日本政府、东京奥组委、国际奥委会等五方磋商，正式敲定东京奥运会东京都内所有场馆比赛均以无观众的空场形式举办。消息一出，东京奥运会退票问题再次引发关注。

据悉，在此前的3月20日，东京相关方面就曾宣布今年夏季的东京奥运会、残奥会不接待外国观众，已售出的门票将按照票面金额退款，但不包括支付手续费、酒店和机票的取消费用。持票人可联系所在地区的票务代理商处理退票事宜。此后，关于东京奥运会门票及相关套票产品退订在世界各地引发了一系列争议。

记者梳理中国消费者的相关争议及投诉发现，关于门票产品争议点主要聚焦于手续费问题，而关于包含酒店的套票产品争议点则主要聚焦于酒店费用无法全退，此外还有费用退还时间周期长等问题。

就此，记者采访了东京奥运会中国奥委会辖区独家票务代理凯撒旅游。其相关负责人表示，关于东京奥运会退票相关事宜，目前公司正在积极、稳步处理中。“凯撒旅游本着在最大程度保障游客个人权益的初衷，逐一处理每一位购买了奥运产品的消费者的诉求，确保消费者的个人利益得到保护。”该负责人表示：“凡单独购买门票、购买门票+酒店、用车等套餐的客人，均会参照相关的退订政策履行退票、退订手续。很多海外资源的退订及退款政策，目前并没有给出明确的解决方案，需要等奥运结束后才能提供。在此期间，公司会积极与东京奥组委、东京当地各类旅游机构沟通，努力缩短退款流程时间。”

“相关的退票问题从3月就开始



东京奥组委于7月8日宣布，由于东京地区第四次进入紧急状态，奥运会期间位于东京地区的所有场馆，将不允许观众入场观看比赛。

新华社/法新