

有人说,年轻人已经不再需要旅行社了,他们对旅游产品的组合有着各式各样的想法。但也有人认为,年轻人依然愿意跟着导游出发,只要产品不“土”且足够有吸引力。暑期过半,在各OTA近期发布的市场报告中,年轻人的消费占比不容小觑,逛博物馆、旅拍、反季露营都是他们的“菜”。商机就在眼前,旅游企业该如何捕捉?

# 让年轻人“跟团走”这三个市场料很足

□ 本报首席记者 王玮

“‘沉睡三千年,一醒惊天下’的三星堆究竟为我们留下了哪些未解之谜?”暑期过半,携程四川游李婷的出团率依旧很高,此刻她正带着由4位大学生组成的定制团在三星堆博物馆做讲解。

对于有着多年“博物馆知识输出”经验的李婷来说,早已把讲解内容根据服务人群的年龄段不同做了细分。“孩子们关心的是这些文物是用来做什么的,而高中生和大学生对于那些未解之谜更感兴趣。”

6月13日,随着三星堆新一轮考古发掘成果的公布,三星堆再次吸引了全世界的目光。虽然慕名而来的游客中,不乏打卡拍照者,但想要“一探究竟”的游客不在少数,其中有很多就是以高中生和大学生为主的年轻游客。因此,暑期三星堆博物馆的讲解员十分难约,游客需要排队等候,有时

有人说旅游企业的旅拍业务就是因爱“晒”的年轻人而生的。“这个角度太出片了,不老套还避开了一些嘈杂人群。就是得找‘土著级’的摄影师跟拍才能把历历哈利·波特魔法世界的感觉呈现出来……”暑期专程到北京环球影城打卡的湖南大学生蓉蓉在小红书APP上这样分享道。

途牛相关数据显示,其主题乐园旅拍业务随着暑期的到来迅速升温,尤其是在北京环球度假区和上海迪士尼乐园,短时主题旅拍项目备受年轻客群的喜爱。

九阳便是蓉蓉口中的“土著级”摄影师,这个暑期的大部分时间,身为途牛签约摄影师的他都在北京环球影城内帮“哈迷”把变身“魔法师”的美好瞬间记录下来。“20岁左右的年轻游客更喜欢轻旅拍服务,包括主题服装、道具的配备和全天使用权,1—2小时跟拍及修片服务。这样的产品既能让他们有‘电影原片’级的照片可以晒朋友圈,又不耽误他们全天穿着魔法袍玩

“其实夏天是不适合露营的,天气太热。但是这个夏天我们却爱上了露营,因为可以冲浪、玩浆板,也可以在帐篷下和朋友一边烧烤一边看夕阳西下。而且露营可不只是家门口的度假方式。”成都小伙黄烨边说,边将他的冲浪板竖在沙滩上,他的朋友正呼唤他一起玩飞盘。

就读四川大学的黄烨这次是专门约着同学一起来参加同程旅行组织的“反季露营节”厦门站活动。优惠的机票、性价比高的食宿套餐、有趣又有挑战的活动都是吸引他们的点。“与燥热的夏天和解,让我们浪迹天涯。”在这群Z世代看来,每一年的暑期旅行都要有不一样的回忆。

从多家企业发布的暑期露营市场观察报告里不难看出,露营圈的两大“主力军”除了带娃的80后、90后,就是热爱自然、追赶潮流的Z世代。日前,同程旅行发布的相关数据显示,进入7月以来,平台上的“露营”“海边露

## 文博游:在深度体验中补脑

一等就是1—2个小时。于是一些善于做攻略的年轻游客发现,OTA上有三星堆博物馆深度游定制团,可以在导游的陪同下一起参观。

李婷发现,60%以上的年轻游客是有备而来,其中既有《鬼吹灯》的小说迷也有《山海经》的研究者,三星堆的每一处发现都让他们脑洞大开。

“今天我们来看看三星堆和上古奇书《山海经》有着什么样的关联,我们知道三星堆出土中最震撼世界的第一要属青铜神树……”在遇到这类的游客时,李婷的讲解会直接从他们的兴趣点入手,在与游客“你来我往”的互动中把讲解的内容融入其中。“00后、10后不要墨守成规的讲解,他们要的是交流式讲解。三星堆每次新出土

## 旅拍:摆脱套路的试探

浸式游玩。”九阳总结道。

不过九阳也坦言,这样的旅拍服务不仅旅游企业在提供,很多专业摄影机构也在尝试,因此市场竞争比较激烈。在九阳看来,场景选择、拍摄专业度、出片效果、配套服务以及产品性价比都是获取市场的关键因素。这就需要拍摄团队提前踩点,根据游客指定的拍摄套餐确定最佳拍摄点位,在搭配上保姆级的游玩攻略。

事实上,暑期年轻人带火的不仅仅是主题乐园的旅拍市场。“从途牛旅拍业务的预订情况来看,丽江、大理、西双版纳等有民族特色的旅游目的地的旅拍市场在暑期也很火,一些地方的摄影师已经出现供不应求的情况。在丽江古镇、大理洱海边、西双版纳村寨,随处可见身着民族服装的年轻人边游览边拍摄写真,一些热门的拍摄点位经常出现排队的现象。我们在丽

## 反季露营:与燥热的夏天和解

营”等关键词搜索热度环比上升120%,一些具有特色,和户外运动相结合的露营项目成为年轻群体的度假首选。能遇见萤火虫的成都、星星的故乡沙坡头、可以沙滩狂欢的厦门、富有地域特色的新疆,都成为年轻人想要去露营的目的地。而且78%的年轻人表示,在露营时交的新朋友,日后的相处能更长久,因为兴趣爱好相投。

事实上,为了把握住这一市场,不少旅游企业已纷纷下场,有的选择直接参与营地的运营,有的在平台上卖起了相关装备,还有的则是和好口碑的露营地合作,举办一些青年群体感兴趣的,并融入现有的旅游产品和线路中。当然不管是哪一种尝试,首先是要投其所好。

“暑期的炎热可阻止不了学生们想要出去玩的冲动,但是既然出门远

的文物引发的思考以及一些网红文物背后的故事都能引起年轻游客的兴趣,当然游览途中拆个盲盒、买个文创雪糕也是必不可少的。”李婷总结道。

“李导,近期是不是又有新文物要出土了?”“上次关于青铜大力人身份的讨论我有了新发现……”李婷的微信上有许多这样的迷弟迷妹,大部分都是跟过她团的年轻游客,旅行结束后,他们还会跟李婷保持互动。从一带而过到反复探究,李婷发现,现在的高中生和大学生对逛博物馆这件事很“上头”。

在李婷看来,这也给文博场所的导游、讲解员提出了更高的要求,如何让自己的讲解内容更有惊喜,如何在定制团中让游客更深入感受文博的魅

## 文博游:在深度体验中补脑

力,比如在三星堆体验制作青铜器等,这些都是让“散”惯了年轻游客愿意跟团走的关键。

采访中,记者注意到,李婷的所见所想也是很多文博类导游的共同体。携程数据显示,今年暑期文博游的00后、10后占比较去年提升明显。当博物馆从年轻游客暑期旅途中的“可选项”变成“必选项”,在产品开发设计方面,文博元素深度融入传统旅游线路中,进一步推动了旅游产品迭代升级。在北京理工大学设计与艺术学院文化遗产系副教授张祖群看来,年轻人对博物馆的关注度空前高涨,旅行社的产品也必须跟上,除了在常规的跟团游线路中增设博物馆的游览内容,或将博物馆纳入研学旅游的线路之外,在博物馆的主题定制游方面也要多下功夫,尽可能延长游客在博物馆内的体验时间。

因此有服装特色、有价格优势的轻写真类旅拍产品受到他们的青睐。越是市场旺季越能观察到需求的变化,并确定接下来产品研发的方向。“旅拍业务已经在旅游企业的产品中存在了好几年,但在这一领域仍有很大空间可以拓展。”在北京第二外国语学院中国文化和旅游产业研究院教授吴丽云看来,当下很多旅拍产品旅和拍分离,拍只是旅程中定点完成的一部分,未能真正和旅相结合。旅行社企业应努力让拍变成游客旅行中最鲜亮的一部分。此外,如何不让旅拍产品套路化,具有独特性和专业性也是旅游企业应该不断钻研的。“坦白说旅游企业更擅长旅行产品和线路的设计,但拍摄并非强项。建议旅游企业一方面与专业摄影机构合作,提升服务专业度,另一方面培育自有的摄影专业团队,这样才能使旅拍真正成为旅行企业的盈利增长点,提升市场竞争力。”吴丽云建议道。

身边朋友的机会。”柳璟向记者坦言,带着他们玩,既欢乐也很有挑战。

这次的反季露营节将一直持续到今年11月。“露营市场想要做细做精,还是需要不断在实践中去摸索,当下所火热的,不一定是未来大家所喜欢的。”柳璟说,“我们能做的就是和年轻人一起成长,心态上保持年轻,开辟出更有意思的领域,从而实现更丰富、更能满足猎奇心理,更原生态的‘露营+’体验。”

有业者认为,如今,露营正在朝着多元化的方向发展,赛道玩家需要不断发掘新的盈利模式,让露营拥有更多的想象力。在北京体育大学体育休闲与旅游学院副院长蒋依依看来,对于旅游企业来说,试水露营业务既有客源优势又有品牌优势,容易实现客源导流,不过针对品牌意识较强的年轻客群来说,还需要加大对于统一品牌、统一服务、统一标准的推进,在此基础上,提供不同类型组合的社交内容以及体验内容。

“暑期”的炎热可阻止不了学生们想要出去玩的冲动,但是既然出门远

他们就要玩得更出彩。”同程旅行出行事业群市场中心用户增长总监柳璟是这次反季露营节的策划者,她告诉记者,在合作方的选择上,他们十分看重对方的品牌定位和调性是否年轻化、是否有联名的亮点以及对在宣传、产品等方面的综合资源。

这段时间柳璟快成了半个露营行家,从营地氛围布置到餐食准备,从背景音乐到露天影片的挑选,她都会参与意见。“对于年轻人来说,露营最大的魅力是探索和社交,所以在露营体验项目上需要为他们设置很多不同的场景,比如自由飞盘、沙滩排球、海上冲浪、音乐会、星空电影、观星台,或是一些游戏互动环节甚至是分享会。现在的年轻人更多的是习惯在线上交流,线下社交沟通反而越来越少。这次的反季露营节活动,也是想让年轻人有更深入的了解

“近期哪些项目最吸引年轻人,时下有哪些热点出圈,可以和我们的产品相结合吗?在用户出行上,还能设计哪些性价比更高的组合产品?”有业者向记者坦言,Z世代正在成为旅游主力军,想要挑起他们的兴趣,一成不变的策略是绝对行不通的,几乎每隔一段时间他都会问自己上述这些问题。

当然,保护好这些喜欢猎奇、又爱潮流的年轻人的安全永远是第一位的。采访中,几位业者反复强调,越是旅游旺季越要加强安全提示,做好应急管理,同时继续绷紧疫情防控安全弦。

## ● 记者手记

在与几位一线旅游工作者的交流中,记者可以感受到,想要让年轻群体“跟团游”,或为交通、住宿、门票之外的旅游产品买单,旅游企业需要花费更多的心思。

## 教学培训 授人以渔

一个优秀的导游应该具备哪些素质?首先要热爱这份职业,其次要有一定的文化功底,再次要有应急应变的能力,最后要有服务意识。”赵旭望总结道。

服务意识,不是说客人有需求找你,你才提供服务,而是要将服务提前。“导游要有敏锐的观察能力,提前觉察客人的需求。比如发现团队里

## ● 获评感言

作为此次获评的全国特级导游中年龄最大的一个,我衷心感谢所有评审专家对我的肯定和鼓励。这次评审既没有分配名额,也没有论资排辈,而是一次公平、专业、公正的综合考评,于我而言是何其幸运。

这次参加全国特级导游考评,我最大的收获就是第一次比较系统地总结了自己的导游词写作和教学经验。要想做好导游这个职业,既需要业者初心如磐、使命在肩,也要有扎实的文化功底,需要不断总结和积累、不断守正创新和自我提升。

疫情的暴发使得旅游行业出现了很多新变化,导游队伍也在经历大浪淘沙的过程。做好导游,更需要坚持在一线带团,坚持探索各种新的讲解、服务形式,坚持学习和不断提升自己,在艰难困苦中继续前行。实际上,我们热爱并赖以生存的旅游职业已经成为一种学习途径和成长途径了。

行遍千山仍昂首,清风流霞满襟怀。这次获评,对我是一种激励,更是一种责任、一种使命!

作为从业多年的老导游,我有信心有能力通过自身的努力,通过进一步提高文化修养,超越自我,适应行业的新变化;作为从业多年的老导游,我有责任有义务为文旅事业的新发展做出新贡献,为年轻导游做好“传帮带”,在有生之年为文旅事业的发展尽自己的绵薄之力。

——赵旭望

□ 本报记者 张宇

60岁参加并通过全国高级导游资格考试,66岁获评全国特级导游,作为今年获评全国特级导游中年龄最大的一位,来自四川的赵旭望告诉记者,能成为一名导游他很幸运。“这是我热爱的职业,获评全国特级导游,是对我工作的肯定,我将带着这份荣誉和责任感继续为之奋斗。”

## 念念不忘 奔赴而来

“喜欢旅游、喜欢当导游,这和我小时候的经历有很大关系。初中的时候,我就利用寒暑假一个人坐火车,转汽车,回山东老家看望爷爷奶奶。”赵旭望回忆道,“利用这些机会我游历了很多地方,在这个过程中,也学到了很多。”

## 全国特级导游赵旭望:

# 唯热爱可经岁月 可越山海



2019年3月,赵旭望在南美洲伊瓜苏大瀑布 受访者 供图

多书本上没有的知识,这些经历促使我喜欢上了旅游。”

大学毕业之后,进入民航系统工作的赵旭望对旅游行业仍然十分关注。“那时正逢入境游的黄金期,我跟随领导写了一封建议书,希望能成立一家旅行社。”赵旭望说,1988年,他负责建立了民航系统的第一家旅行社,也开启了自己的导游生涯。

1988年10月,赵旭望接待他导游生涯的第一个旅游团。“那是一个人组团,为了能带好这个团,我很早就开始准备,拿着纸笔在成都草堂、武侯祠等景区景点蹲守,观察学习其他导游如何讲解、如何带团。”他说。

赵旭望带的第一个团行程从成都到乐山,由于准备充分,5个小时的车程,他连续讲了两个多小时。

“我发自内心地热爱导游职业。虽然大学时学的是外语专业,但我对文学和历史非常感兴趣,我想把中国的历史文化分享给游客,也很享受与游客的互动。”采访中,赵旭望如此描述他对导游这份工作的热爱,“只要一上团,我就精神百倍。在和游客的交流互动中,我学到了很多知识,也交到了很多朋友,这在我看来是一件无比幸福和幸福的事情。”

多年后,赵旭望的工作单位虽然几经转换,但他一直没有离开旅游行业,没有停止带团。“平时我会利用周末带团,在学校教书时我会利用寒暑假回到一线带团。”

2006年,50岁的赵旭望从航空公司内退后,感觉还年轻的他开始以自由职业者的身份继续带团,把更多热情投入到旅游教育上。

## 教学培训 授人以渔

“一个优秀的导游应该具备哪些素质?首先要热爱这份职业,其次要有一定的文化功底,再次要有应急应变的能力,最后要有服务意识。”赵旭望总结道。

服务意识,不是说客人有需求找你,你才提供服务,而是要将服务提前。“导游要有敏锐的观察能力,提前觉察客人的需求。比如发现团队里

## ● 获评感言

作为此次获评的全国特级导游中年龄最大的一个,我衷心感谢所有评审专家对我的肯定和鼓励。这次评审既没有分配名额,也没有论资排辈,而是一次公平、专业、公正的综合考评,于我而言是何其幸运。

这次参加全国特级导游考评,我最大的收获就是第一次比较系统地总结了自己的导游词写作和教学经验。要想做好导游这个职业,既需要业者初心如磐、使命在肩,也要有扎实的文化功底,需要不断总结和积累、不断守正创新和自我提升。

疫情的暴发使得旅游行业出现了很多新变化,导游队伍也在经历大浪淘沙的过程。做好导游,更需要坚持在一线带团,坚持探索各种新的讲解、服务形式,坚持学习和不断提升自己,在艰难困苦中继续前行。实际上,我们热爱并赖以生存的旅游职业已经成为一种学习途径和成长途径了。

行遍千山仍昂首,清风流霞满襟怀。这次获评,对我是一种激励,更是一种责任、一种使命!

作为从业多年的老导游,我有信心有能力通过自身的努力,通过进一步提高文化修养,超越自我,适应行业的新变化;作为从业多年的老导游,我有责任有义务为文旅事业的新发展做出新贡献,为年轻导游做好“传帮带”,在有生之年为文旅事业的发展尽自己的绵薄之力。

——赵旭望

## 北京博雅方略文化旅游集团

### 北京博雅方略旅游景观规划设计院

深耕文旅二十载,以匠人之心,为政府、企业提供优质服务

“十四五”文化旅游业发展规划
国家级旅游度假区创建
国家文化公园
乡村振兴
红色旅游
全域旅游
国土空间规划
康养旅游
研学旅行
文旅融合专项规划
风景名胜
景区提升与创A
旅游休闲街区
露营地
城市双修
田园综合体

北京博雅方略旅游景观规划设计院是北京博雅方略文化旅游集团的核心机构之一,具有国家认定的旅游规划设计甲级资质、城乡规划编制乙级资质、土地规划乙级资质等多项专业资质,是中国旅游协会休闲农业与乡村旅游分会会长单位、中国旅游景区协会景区红色旅游研究与发展中心主任单位、中国城镇化促进会民宿发展专业委员会副会长单位。

建院以来,完成了2000余个精品规划项目,其中完成省级、市级和县级全域旅游规划70余个,荣获“中国旅游知名品牌”,在业界享有良好的口碑,得到了客户及社会各界的认可和好评。

NO.1 战略研究与产业规划
NO.2 旅游规划与景区提升
NO.3 国土空间规划
NO.4 城市设计与城市更新
NO.5 乡村振兴与村庄规划、特色小镇
NO.6 运营管理

地址: 北京西城区车公庄大街9号院五栋大楼A3座12层  
官网: www.onpku.com

服务热线: 010-82781426  
联系电话: 15313838109