

冰雪季的商机 旅行社这样抓

□ 本报记者 张宇

“立冬一日，水冷三分”，近日，随着各地滑雪场、冰雪类景区景点陆续开门迎客，冰雪旅游季正式拉开序幕。随着防疫“新十条”的发布，业界对今冬旅游市场充满着期待，这个冰雪季出现了哪些新变化和趋势，旅行社的商机在哪里？



孩子们参加冰雪冬令营 中旅旅行供图

小区域内高频次赏冰玩雪

旅游度假等休闲场所进入大众视野，为游客撒欢玩雪提供了更多可能。“有业者说。

来自途牛的数据显示，用户预订的冰雪旅游产品主要集中在冰雪观光、冰雪运动以及“观光+运动”三个方面，其中休闲观光类主题依然是大众的热门选择，订单占比达58%。滑雪、滑冰等冰雪运动类产品订单占比为23%。“观光+运动”相结合的冰雪旅游产品订单占比为14%。

综合企业数据，记者发现，游客年轻化是这个雪季非常重要的特点。伴随着年轻游客的涌入，冰雪消费尤其是滑雪、滑冰等冰雪运动类消费呈现出一些新的特征。

“目前，中旅旅行的冰雪旅游产品客群呈现年轻化趋势，90后滑雪度假

产品消费者和80后亲子产品消费者占比接近90%，00后消费者的冰雪旅游产品预订量同比增长了70%。”中旅旅行体育旅游项目部业务主任康正纯告诉记者。

“冰雪旅游客群进一步年轻化、游客滑雪运动日趋专业化成为今年冰雪旅游的鲜明特点。”上海春秋副总经理周卫红发现，相比往年，游客对住宿的要求普遍升级，对出游品质要求也更高。而且，年轻客群对雪具装备要求相对较高，购买价值数万元滑雪用品的大有人在。

来自携程的数据也显示，冰雪旅游季呈现年轻化、高净值化的态势。携程平台上预订滑雪门票的用户中，90后和00后占比超过半数，80后占比超三成。北京冬奥会后，滑雪运动员

发挥优势抓需求灵活参与

景区景点进行不同的排列组合，打包成类型丰富的产品进行分销。比如，门票+住宿套餐、门票+住宿+装备套餐等。

“在周边游市场，旅行社要用好资源全面性的优势，设计更符合游客休闲需求的‘滑雪+’产品。”周卫红说，“此外，旅行社集中采购也更易形成价格优势。今年，华东地区游客对滑雪运动的热情持续高涨，春秋旅游通过集中采购和包销雪票，拥有了更多价格优势。比如我们采购了安吉云上草原星空滑雪场的多个套票种类，对于各类游客均有不同程度的优惠。此外，针对自驾自驾游客还推出了专属自驾游票种。”

与此同时，旅行社也将精细化的

社群运营能力发挥到了周边冰雪游市场。

“针对不同渠道的各类客群，我们推出了更具针对性的产品。”哈尔滨江山国际旅行社负责人郑海红告诉记者，“针对低龄儿童，我们推出了一天往返的滑雪训练营，有专业教练，家长既可以陪孩子一起，也可以委托给我们；针对年轻群体，我们开发了多种主题的精致小团，比如闺蜜游加入了年轻群体喜欢的剧本杀等环节，让他们的赏冰玩雪行程更加时髦。”

“在周边游市场，私域流量的运营是我们的一个主要方向，在产品上更加突出主题性，根据不同群体需求有针对性地进行开发。”内蒙古途易国际旅行社有限责任公司负责人张世新介

持续布局向资源端再延伸

说，中旅旅行正在努力成为一站式滑雪服务中心，为滑雪爱好者提供全面优质的服务。未来，中旅旅行将持续挖掘冰雪旅游消费需求，与更多优质的冰雪产品资源方、热门冰雪旅游目的地达成深度合作，深化“体育+旅游”产品研发，满足全年龄段消费者对冰雪旅游的期待。

“旅行社可以从雪场周边资源入手，探索更大发展空间。众信旅游正在基于旗下民宿品牌推出‘雪场+周边民宿’组合产品。”众信旅游相关负责人表示，多样化的营销手段也是打开冰雪旅游市场的又一方式，众信旅游集团旗下直播账号也在筹划冰雪主题专场直播，给游客带来冰雪市场的第

一手资讯，激发年轻游客对于冰雪旅游的向往。

“根据自身优势，旅行社可以有不同参与方式。”赵春旺建议，有专业的体育旅游服务团队和资金支持的话，可以深度参与到雪场开发、冰雪景点运营当中，规模较小的旅行社可以考虑通过资源互换进行合作。

赵春旺介绍，未来，安徽中国青年旅行社将从传统的渠道方向资源方拓展，向产业链的上游拓展，深度参与到冰雪项目的规划、投资运营当中。除此之外，该社还将输出专业服务，比如，研学导师、滑雪教练等人员的培训，既能输出人力资源，又能收获培训收益。

旅游投诉典型案例解析

私爬野长城遇难责任自担

案由

游客陈某和妻子及三位同事到某景区游玩，该景区与附近未对外开放的长城相连。虽然景区在相连处张贴了“长城未开放，禁止私自攀爬，否则后果自负”的警示牌，但陈某等人仍自行从景区爬上长城游玩。在游玩时，陈某和妻子因雷击跌落山下不幸身亡。

陈某父母认为：陈某购买了景区的门票，景区与长城相连，长城作为游览的一部分，景区经营者应对安全负责，并且当地村委会对长城负有管护责任，应安装避雷设备、修葺道路、设置隔离设施。而景区经营者以及当地村委会未尽到相应的安全保障义务，故应对两名受害人的死亡承担相应责任，要求赔偿死亡赔偿金、被抚养人生活费、丧葬费等。

景区经营者认为：景区合法经营，并办理了相关许可证，在售票处和景区路口均设有“禁止攀爬长城”的提示，并且在连接处设置了标识牌，已经尽到了安全保障义务及告知义务。陈某及其妻子作为完全民事行为能力人，明知被禁止仍攀爬，由此导致的损失应由受害人自行承担。

当地村委会认为：长城是国家重点文物保护单位，村委会无权在长城上安装避雷设备及防护设施。该长城未对外开放，禁止旅游者进入，旅游者违规进入导致的损失应由旅游者自行承担。

法院经审理认为，景区经营者以及当地村委会是否履行保护长城的义务与侵害公民民事权利并无必然联系。且长城属于重点文物保护单位，景区经营者和当地村委会也无权在长城上安装任何设施。本案中，受害人死亡的直接原因是遭受雷击后坠崖致重度颅脑损伤。景区经营者已经尽到了提示义务，受害人应当知道攀爬野长城属违法行为但仍然攀爬，由此导致的损失应自行承担。两受害人的死亡与景区经营者和当地村委会的行为之间无因果关系，故驳回陈某父母的诉讼请求。原告不服提起上诉。

二审法院认为，根据一审已查明的事实及现有证据，尚不足以认定景

区经营者以及当地村委会非法开发、经营长城。遇难夫妇在看到相关公告牌警示后仍擅自攀爬长城，且在攀爬长城过程中，未注意天气变化，遭遇雷击后坠落是导致二人死亡的直接原因，与景区经营者、当地村委会的行为之间并无直接因果关系。死者家属以景区经营者、当地村委会未尽到安全保障义务为由要求其承担赔偿责任，缺乏事实及法律依据，法院不予支持。因此，二审法院驳回上诉，维持原判。

提示

近年来，部分旅游者为了寻找刺激探险荒山野岭，一些未开发、未开放的“景区”成为他们追捧的网红打卡地。然而，这种“景区”安全隐患较大，旅游者遇险事件频发。对此，对旅游者提出下列安全提示：

首先，一切旅游活动都应以保障自身安全为前提，将自己的安全置于首位。旅游者应提升安全意识与防护意识，谨慎前往高风险区域开展旅游活动，理性看待网络平台上的网红打卡地，做到不轻信、不跟风、不盲从，提高风险辨别能力与安全防范意识。

其次，在出行前应做好旅游攻略，了解当天天气、查看气象灾害预警等信息，做好意外事件预防预案。掌握必要的户外旅游安全知识，准备好应急药品和安全防护器具等。

最后，提醒旅游者，探险别“任性”，否则因此产生的救援费用旅游者自担。旅游者在景区游览过程中，应遵守景区相关安全管理规定，不进入未开发、未开放的区域，听从工作人员劝导。否则，一旦出现意外事件，旅游者不仅要承担因此导致的损失及高额救援成本，还将面临行政处罚。《中华人民共和国旅游法》第八十二条规定，旅游者在人身、财产安全遇有危险时，有权请求旅游经营者、当地政府和有关机构进行及时救助。旅游者接受相关组织或者机构的救助后，应当支付应由个人承担的费用。

案例编撰单位：文化和旅游部旅游质量监督管理所
(本栏目由文化和旅游部旅游质量监督管理所中国旅游报合办)

春运跨省游热度再涨

本报讯(记者 赵垒)12月13日，“通信行程卡”服务正式上线。随之，来自多家OTA平台的数据显示，春运期间跨省游交通、度假等产品的搜索热度随之猛涨。

携程数据显示，“通信行程卡”下线前，12月7—11日国内客运量就已恢复至2019年同期四成左右，搜索热度整体恢复至疫情前八成。12月12日“通信行程卡”取消通知发出后，当日0时—13时，春运期间跨省游交通、度假等产品的搜索热度环比增长12倍，机票搜索量基本和疫情前持平。

去哪儿数据显示，自12月7日以来，春运期间(2023年1月7—21日)的机票预订量大幅增长，环比一周前增长近8.5倍，春运火车票预约量同样增长明显。随着预订量增加，机票平均支付价格持续走高。去哪儿平台预测，今年，不少航线将恢复至疫情发生前的

票价，春运机票预订高峰将提前至火车票开票前。目前，春运期间从北京、上海、杭州等城市飞往三亚、昆明等旅游城市的经济舱机票已接近全价。

去哪儿大数据研究院副院长郭乐春分析，春运机票预订量增长，反映了大家回家过年的迫切心情。但需求端也呈现两个特点：一部分人即使加强防护也要出行，一部分人则更加谨慎。从供给侧来看，目前，计划内航班数量是疫情前的九成，疫情防控措施优化后，航空公司恢复运力也需要一段时间。预计2023年春运机票预订量将达到近三年峰值，接近疫情发生前的八成。

携程研究院高级研究员谢晓青表示，距离春运开启不足一月，旅客们的心态已经从观望转为直接行动。随着商旅人员流动性率先释放，元旦春节探亲、度假客流将显著增长，传统冬季冰雪游、暖冬游消费市场也有望迎来实质性复苏。

第十四届南京汤山温泉节

“冬日限定”狂欢进行时



以温泉闻名的江苏南京汤山温泉旅游度假区，是首批国家级旅游度假区、世界知名温泉小镇、国家体育旅游示范基地。冬日泡汤，是汤山颇具特色的旅游体验。11月19日，第十四届汤山温泉节如约而至，为游客开启汤山“冬日限定”狂欢模式。

冬日汤山别样精彩

11月19日下午，第十四届汤山温泉节在南京汤山矿坑公园·大凹剧场开幕，一场“冬日限定”狂欢正式启幕，为这个冬季送上一抹温暖。开幕式上，瑜伽美人鱼连线表演、国风女团带来《泉城青绿》、原创情景音乐剧《“泉”来汤山看一看》等歌舞表演热翻全场，为游客带来视听新体验。开幕式内容丰富，温泉节期间活动更精彩。

温泉节期间，汤山矿坑公园游园会活动现场，烟花盛宴、崖壁电影点亮

汤山冬日夜空；汤山百联奥特莱斯不仅推出了“FUN肆嗨购物节”，还为游客准备了非遗民俗打铁花、汤山民谣音乐嘉年华……此外，节日期间，汤山温泉旅游度假区还有“寻美汤山”本地生活网红达人直播赛、不止嗨·2022环南京自行车赛、小镇艺术节和康养旅居生活节等活动。冬日来汤山，泡汤、赏景、观民俗、逛市集、吃美食、骑行运动、购物狂欢……多元体验，让冬日汤山别样精彩。

乐游乡村体验升级

第十四届汤山温泉节期间，很多游客在泡汤之余，前往汤山乡村旅游点沉浸式享受现代乡村生活。其中，汤山龙尚村以“龙尚乡村游 畅玩龙响节”主题，开启首届龙尚乡村游。

首届龙尚乡村游以让游客感受多元秋冬乡村为目标，融合音乐、诗歌、美学、运动、市集、美食等元素，推出龙响市集、龙尚24小时音乐会、公路骑行音乐会、跨年炮竹嘉年华等活动。冬日游玩龙尚村，不仅能看演出、逛市集、放鞭炮、农场采摘，还能户外露营、参加围炉音乐会、品咖啡、体验年味DIY，传统乡村体验与现代娱乐活动深度融合，乐游乡村体验再升级。

文旅惠民暖人心



今年温泉节开幕式现场还特别推出2023年“江宁旅游联卡”，整合串联了区内重点旅游景区、乡村旅游点、文化体验点等优质文旅资源，购卡就可以畅玩阳山碑材、古猿人洞、汤山方山国家地质公园博物馆、园博园、紫清湖等汤山人气景区，持卡者激活卡片即可享受一年内无限次免费入园优惠。南京市民可前往江宁旅游服务中心线下办理，或通过“江宁文旅”“盛世旅游”公众号、“我的南京”app线上办理该卡。

为给游客送上暖心文旅大礼包，今年汤山各温泉民宿积极参与南京江宁区文化和旅游局联合南京市民宿协会组织的民宿电子抵用券发放活动。今年11月活动期间，很多游客都通过“莱斯乡村”小程序领取了额度100元至300元不等的消费券。

气温渐降，正适合与亲友开启一场汤山“冬日限定”之旅。(吕珂 赵欣)