

出境游热度上升 新趋势值得关注

□ 本报记者 张宇

随着五一假期临近,出境游预订进入收尾阶段。来自多家旅游企业的数据显示,五一假期,出境游预订环比和同比均出现大幅增长,出游趋势呈现较为明显的特征。业者认为,在五一假期的基础上,暑期及下半年市场恢复或将加快,但出境游市场仍然面临一些瓶颈问题需要突破。

需求明显在上涨

“五一假期,出境游需求大幅上涨,将迎来又一个‘小高峰’。”基于各自企业的预订数据,业者对五一假期出境游市场给出了较为一致的判断。

关于五一假期目前的预订情况,途牛数据显示,出境短线出游人次同比增长110%以上,出境长线游预订同比增长超过300%。6人游定制旅行数据显示,出境游产品预订同比增长接近100%。春秋旅游数据表示,出境游预订人次同比增长近两倍,尤其是欧洲长线基本恢复至2019年同期。众信旅游数据显示,出境游产品总量同比增长200%,预订人数同比增长370%左右。

在需求上涨的同时,假期出境游市场呈现诸多新特征。例如在旅游目的地选择上,游客更偏爱说走就走的短途免签目的地。此外,一些小众目的地受到关注。在出游方式上,游客

更爱自由行和小包团,高品质、高性价比产品受到青睐。

数据显示,五一假期,大部分游客倾向于选择短途旅游目的地。其中,免签国家占据多数。马蜂窝平台上,近一周“五一免签出境游”热度环比上涨114%,泰国、新加坡、马来西亚几个免签国跻身“五一”出境热门目的地前五。高加索秘境格鲁吉亚以黑马之姿冲进前十,近一周热度上涨116%。

携程数据显示,五一假期,热门出境游目的地为中国香港、东京、首尔、曼谷、新加坡、大阪、普吉岛、吉隆坡、中国澳门、济州岛。

“以新加坡、马来西亚、泰国、马尔代夫为主的免签国是出境游主要目的地,日本等短线目的地热度也很高。”中旅旅行相关负责人告诉记者,“因为假期较长,所以出境长线跟团游的增

长较为明显。其中,中东非埃及、欧洲荷德比连线、美国东西海岸等产品组团热度较高”。

“当下,游客更注重出游体验度,愿意为高品质、高性价比的产品买单。出境短线产品中,自由行、跟团游是热门。”途牛出境短线业务负责人范东晓分析,“用户出游决策周期出现分化,一部分用户说走就走,比如很多都市白领提前3至7天才预订,决策周期很短。另一部分用户属于远期规划型,会提前4至6个月预订”。

“分析五一假期各企业推出的产品不难发现,走马观花的产品少了,游客更热衷于小包团及包含高品质住宿的产品。例如,曾经热门的欧洲11国14天连线大团产品基本退出市场,留下的多为深度游产品。”山西太平洋国际旅行社副总经理陈林旗说,“随着00后加入出境游

玩法越新越引客

基于对市场的乐观预期,业界已经提前布局,加大对热门目的地的投入,推出更加丰富的产品。

“综合考虑目的地的市场基数、热度、航线恢复情况以及签证便捷度等因素,我们主要加码了泰国曼谷、芭提雅和普吉岛,印尼巴厘岛,马来西亚吉隆坡,新加坡等目的地。”范东晓说,“针对当下更多游客愿意为精品小团、纯玩团买单的趋势,我们在多个出境短线游目的地推出了‘机票+目的地’半自由行产品,主打纯玩、小团,覆盖时下网红元素。比如,普吉岛产品中加入了网红帆船出海、悬崖海景下午茶、日落晚餐等。泰国‘机票+地接’半自由行产品做到全国出发,天天发团。”

前不久,众信旅游发布了“众信制

造2.0”主题产品系列,尝试打造更多差异化旅游产品,注重提升旅行安全感。“以五一假期推出的欧洲产品为例,我们改变了常规化设计,实现欧洲各目的地之间灵活组合,以此满足游客多元化、深度游需求。”众信旅游相关负责人透露。

布局五一假期出境游市场,中旅旅行注重满足游客对出游便利性和性价比方面的需求。“我们推出了一批一深度游产品,例如丹麦一地亲子游、英国深度游、澳大利亚一地游、新西兰一地游等。我们还开发了很多共建‘一带一路’国家的旅游产品,涉及卡塔尔、斯里兰卡、老挝以及中亚国家等。除了常规跟团游以外,我们还研发了摄影团、探险团等不同类别的产品。”

“去年以来,日本、阿联酋及东南

亚国家这样的中短途出境目的地地恢复较快,已经成为中国游客出境游较为集中的地区。我们重点在这些地区进行了布局。”6人游定制旅行CEO贾建强告诉记者,“继去年在新加坡、阿联酋建立了海外办事处之后,今年新设立了日本办事处,一方面为了设计开发更加独特、优质的旅游线路,另一方面可以为游客提供更多融入当地特色的暖心服务。”

春秋旅游副总经理周卫红说,“我们比较亮眼和突出的布局,在于深耕出境长线游。比如,综合签证便利度、国际直航航班、性价比等多重因素,五一假期推出的东欧+巴尔干地区连线深度游、荷兰+比利时+卢森堡深度游,将带领游客深入博物馆、美术馆以及菜市场当地人聚集的地方,近距

业者预期更乐观

五一假期之后,出境游市场能否快速复苏?暑期及下半年市场走势如何?面临的问题有哪些?

眼下,业者们已着手研发暑期及下半年出境游产品。陈林旗认为:“从五一假期看,已经恢复到2019年的60%—70%,预计全年能恢复到2019年的50%—60%。我们对出境游市场的预期更为乐观。国际环境、航班丰富度、出游成本是影响整个市场恢复的重要因素。随着对中国公民免签的国家增多及航班航线逐步增加,下半年出境游市场将有更好的表现。”

谢建骁的预期更为乐观。他认为,今年出境游市场能恢复到2019年的60%—70%。“目前,出境游成本普遍较高,比2019年平均价格高出30%—50%,甚至有些产品价格要高出一倍。这是制约出境游市场恢复的重要因素。但从目前情况来看,出境游市场恢复态势向好。我们预计下半年,特别是十一假期,出境游市场会呈现更明显的向好趋势。”

“春节假期之后,出境游市场进入全面恢复轨道。随着相关政策优化、调整,航司运力、地接资源等持续恢复,带动游客的出境游意愿不断提升。五一假期,长线出境游的‘加速’

十分明显,但距离2019年同期还有差距,恢复仍需时日。”周卫红判断,“随着更多航班、地接资源的恢复,创新产品的‘扩容’,出境游产品品质与性价比将趋向平衡。”

在贾建强看来,今年,出境游的便利性较2023年有了大幅提升,市场已经处于稳定恢复阶段。“机票、酒店、车辆、导游等相关环节的价格虽然较2023年略有回落,但仍未降至2019年水平。价格因素让一部分游客对出境游望而却步。”

“今年,出境游市场将迎来一个较大的变化。”马蜂窝相关负责人预测,

“除了新马泰等传统出境游热门目的地外,诸如中



导游为出境游客介绍海关安检注意事项 本报记者 陈晨 摄

大军,他们的需求更为多元,更喜欢单项产品、自由行、半自由行产品”。

“五一假期,出境定制小包团非常流行。两三个家庭或者几个朋友一起定制出游,人数一般不会超过12个人,小团、深度游趋势非常明显。”上海国际旅行社公民游负责人谢建骁说。

离感受目的地的烟火气。”

谢建骁透露,他们更看好小众有潜力的目的地。“比如像欧洲的高加索等,在进入便利度、友好程度及基础设施方面有成为爆款的潜力,我们加大与当地业者的合作力度,开发了更多小团、定制团、半自助以及自由行产品。”

“随着90后、00后逐渐成为出境游主力,品质、体验、玩法正在影响他们对于目的地的选择。除了旅游目的地的安全、签证、交通、景点等基本情况外,当地新兴的玩乐项目、新晋网红打卡地、不容错过的新体验等已成为马蜂窝攻略群里的热门咨询问题。”马蜂窝相关负责人告诉记者,针对这一变化,马蜂窝从北极星攻略、攻略群等核心内容中提炼新玩法,并通过供应链提供相应的服务与产品。

亚地区的乌兹别克斯坦、非洲的肯尼亚、欧洲的塞尔维亚等小众目的地,获得追求新奇的年轻人的关注,改变了出境游目的地的格局。除了法定节假日外,重大体育赛事带动下的旅游也将成为今年出境游市场的一个趋势。”

这位负责人坦言,除了签证、交通、当地线路攻略等基础信息外,安全一直是马蜂窝攻略群中咨询最多的问题。安全问题也是制约游客选择出境游的主要因素。

“从五一假期的产品价格及地接资源丰富度来看,出境游供应链条还在持续恢复中,特别是航班、签证等。”众信旅游相关负责人说,“但与2023年相比,五一假期无论从产品丰富度、目的地多样性还是游客报名情况,都是十分喜人的,这也给市场带来了更多信心。”

热情洋溢的笑容,生动投入的讲解,细致专业的服务……这是外语导游张洋留给很多游客的印象。今年,身为全国特级导游、英语波兰语双语导游的张洋着实有点忙,用他的话说就是“又开始了快乐的带团生活”。随着入境便利度逐步提升,入境游市场迅速恢复,这位快50岁的“老”导游说,他会继续做好“民间外交大使”,为来自世界各地的游客讲好美丽中国故事。

语言是跨文化交流的基础

1997年毕业于国际关系学院英语专业的张洋,因为大学期间一次在北京故宫兼职的经历爱上了导游职业,毕业后,选择成为一名英语导游。在张洋看来,语言是跨文化交流的基础。

“我接待的游客多来自东欧、北欧等国家。成为导游后接的第一个团是来自瑞典的游客,我带领他们,游览了北京、西安、桂林、上海、苏州。上团后我才发现,虽然我是以地接导游的身份全程陪同游客,但对客讲解工作却是瑞典方的领队在做。”张洋回忆道,“我用英语跟领队沟通,领队再用他们的母语翻译给游客。在我工作的前5年,基本是以这种模式在接团。”

但这让张洋感觉不舒服。“因为语言不通,与游客交流总有障碍。我想说想讲想表达的客人听不懂,客人想问想知道想交流的时候,我无法给予帮助。虽然有些客人能用英语进行简单交流,但是当需要深入沟通时,语言依然是障碍。”

带团过程中的种种不便,让张洋萌生了学习小语种语言的想法。“我当时就有一个愿望,克服语言障碍,跟游客直接交流,更好地为游客提供服务,做跨文化交流的使者,做好‘民间外交大使’。”

为了更好地跟游客交流,他坚持自学了波兰语、瑞典语、法语、日语、泰语等多种语言。“目前工作中,我主要负责英语和波兰语讲解。”

做好『民间外交大使』

□ 本报记者 张宇

精通英语和波兰语讲解的全国特级导游张洋——

外语导游经验分享



的旅游服务属性,又要了解其文化交流属性,“用真心换真心,投入更多情感”。

“和游客相处时,要把客人当作家人,体现在服务的方方面面。比如,第一时间记住所有客人的名字,用他们习惯的方式跟他打招呼,及时回应客人的需求和问题。再有,丹麦等国家的游客一般不喝热果汁,波兰



旅途中的张洋 受访者 供图

在张洋看来,外语专业的学生,尤其是英语专业的学生学习新语言更有优势。“集中自学过一段时间波兰语之后,我开始在实地带团过程进行实践,慢慢地,我的波兰语越来越流利。”张洋说,直到现在他还保持着阅读波兰语书籍、文章等习惯。“因为不断有新词汇出现,所以对语言的学习也要与时俱进。”

共情是跨文化交流的核心

能够与游客顺畅交流,下一步,张洋希望能与游客产生更多情感共鸣。

如何实现?张洋给出了一个关键词:共情。

“做好跨文化交流工作,首先要从心理上做好准备,认识到来自不同文化背景和语言环境的人,在文化、习惯、认知上一定存在差异。我们要做的就是接受这种差异,并用游客能够接受的角度和方式来讲述我们的文化和故事。”

比如,早晨在餐厅门口迎接客人,介绍中国的早餐。“在向客人讲述我们的饮食特色时,也会告诉他们,酒店早餐有哪些食物他们可能会喜欢,面包是牛角面包还是切片面包,哪些谷物可以跟酸奶搭配。从游客角度出发,给予他们更多贴心的建议。”

“在景点讲解上,可以用到类比法、对比法,和游客所在国的历史联系上,更方便他们理解。”张洋分享道,“比如,讲故宫时可以和跟凡尔赛宫做对比。接待波兰游客前,要提前了解波兰的文化和历史,在讲解时也可以跟他们的历史文化联系。客人在听波兰历史或名人时,这样能接上话。这些知识的储备不是一朝一夕的事,需要不断积累,有意识地学习”。

在张洋看来,外语导游工作要“接地气”,既要充分认识到这一职业

游客一般不吃午餐,英国游客晚餐时间通常不能太早等,这些习惯上的差异,导游要了解。”

“多年带团,我跟很多游客结下了深厚的友谊。”张洋说。

坚守是跨文化交流的关键

2022年6月,获评全国特级导游之后,张洋在单位的支持下成立了中青旅特级导游工作室和中青旅金牌导游工作室。“依托工作室,我们开展了传帮带及相关的研究工作,接下来我想为外语导游的发展做一些探索和尝试。”

张洋回忆道:“20世纪70年代,外语导游主要承担翻译工作,那时候旅游服务的属性还不明显。到了20世纪90年代中后期,外语导游的工作开始有了更多旅游属性。再后来,一些导游成了自由职业者,外语导游面临新挑战。”

“我一直把带团工作当作一项事业,不管别人怎么看待外语导游这个职业,我始终认为导游是跨文化交流的使者。”张洋希望,将这种认知传达给更多外语导游。

目前,张洋和他的团队正在整理入境游服务标准。“我们希望通过建立一系列的服务标准,进一步完善导游服务规范。同时,也想发挥特级导游传帮带的作用,建立培训平台,吸引新导游加入,培养更多外语导游。”张洋透露,如果这些都能落地的话,他们还计划更深入探索如何为入境导游群体提供更多帮助。“我也在总结多年的实践经验,以出书或者录制课程视频的方式,将这些想法分享出去。”

张洋说,他最希望的就是全社会给予外语导游更多正向反馈和信心。“大家一起努力,提高外语导游的社会地位,完善相关保障,只有这样才能吸引更多优秀人才。”



中国游客在秘鲁马丘比丘丘旅游 春秋旅游 供图