

打卡去！中国游客欧洲观赛热情高

□ 本报记者 张 宇

从6月14日欧洲足球锦标赛开赛,到8月11日巴黎奥运会闭幕,近两个月时间,欧洲将沉浸在火热的体育运动赛事氛围之中。有了这两大赛事,今年的欧洲旅游市场被旅游业者打上了“极具潜力”的标签,尤其是在即将到来的暑期,我国市场上的欧洲出境游产品被寄予了厚望。欧洲观赛游对旅行社出境游市场的带动究竟有多大?前景如何?记者对此进行了采访。

1 热度持续上扬

“2024年对于欧洲来说是名副其实的赛事年,欧洲足球锦标赛于6月14日至7月14日在德国等地举办。备受瞩目的2024年奥运会将于当地时间7月26日至8月11日在法国举办。我们对此充满期待,观赛游成为今年欧洲暑期市场的一大热卖产品。”有旅行社业者说。

本届欧洲杯比赛涉及德国柏林、慕尼黑、法兰克福等10个城市。来自途牛平台的数据显示,欧洲出境游产品中,德法意瑞连线产品暑期预订热度较高,很多球迷表示想去体验那份赛事氛围。

“欧洲足球锦标赛及2024年巴黎奥运会相关的观赛游产品,从3月开始就进入咨询及预订高峰,截至目前,整体预订量高于预期。”6人游定制旅行创始人兼首席执行官贾建强告诉记者,“除了观看比赛,大多数游客在行程中还增加了荷兰、瑞士、奥地利等目的地,将观看比赛与欧洲深度游相结合。”

来自众信旅游的数据显示,在欧洲足球锦标

赛及巴黎奥运会的带动作用,2024年暑期欧洲游市场持续火热。“以欧洲杯为例,赛事会在德国的不同城市举办,大部分球迷会选择自己喜爱的球队比赛时间奔赴目的地观赛,也有游客会选择连线产品。”众信旅游集团媒介公关经理李梦然介绍。

赛事举办地也对赛事期间迎接海外游客做好了准备。法国驻华大使白玉堂在接受中国媒体采访时表示,巴黎奥运会举办期间,法国的旅游景点将提供一系列节庆和娱乐活动来丰富游客体验。法国旅游发展署将实施具体措施,以改善游客体验,特别是提高中国游客的体验。

去年,法国旅游发展署上线了“奥运之旅”专题中文网页,其中“奥运之旅”专页为游客在奥运会期间到访法国提供了详细观赛指南,以及丰富而新颖的旅行攻略。例如奥运会开幕式亲临指南、经典奥运场馆的观赛和参观攻略、奥运火炬传递线路探寻、法国8座奥运赛事主要举办城市

的潮流玩法……除此之外,“奥运之旅”专题中文网页还按照“2小时内火车可达”和“可持续的目的地及旅行方式”等标准,策划了数条从巴黎和马赛——两座主要奥运赛事举办城市出发的特别旅行线路,遍及法国全境各个地区。例如从巴黎到圣米歇尔山的骑行之路、从勃艮第到普罗旺斯的美味深度体验之旅、南法全家慢旅行计划等。

在法国旅游发展署中国办事处总经理邓佳琳看来,7月26日在巴黎塞纳河上举行的奥运会开幕式非常值得期待。“运动员们将乘坐游船自东向西经过巴黎圣母院、卢浮宫、协和广场、大皇宫……直到终点处的埃菲尔铁塔。更令世界瞩目与期待的还有埃菲尔铁塔脚下举行的沙滩排球赛、香榭丽舍大道上的自行车赛、大皇宫里的剑术和跆拳道比赛、凡尔赛宫内的马术比赛等,这些法国标志性的遗产建筑场所将以创新的形式与传统体育赛事结合,创造出前所未有的观赛与游览体验。”邓佳琳说。

2 企业产品丰富

采访中,有业者表示,观赛游逐渐成为旅游市场的重要细分领域,在出境游市场中,观赛游的需求表现得更为突出,为整个出境游市场带来了新的增长点。此外,观赛游市场,游客需求更加分散,“观赛+旅游”“观赛+自由活动”等多样化的组合式产品更受欢迎,旅行社在打造观赛产品上也更加碎片化,以满足游客灵活的预订需求。

凯撒旅业旗下的凯撒体育是2024年欧洲杯款待产品的中国内地、香港和澳门特别行政区代理商。“我们目前上线了从小组赛开始的各类款待套餐以及团队游产品。其中,‘贵宾款待’产品,除了观赛的门票,还有特别通道、餐食以及休息区等服务。”凯撒旅业相关负责人告诉记者,凯撒旅业还是巴黎奥运会款待服

务的中国内地及香港特别行政区独家代理商,将为参与者、企业以及相关机构提供巴黎奥运会的贵宾款待服务,销售与巴黎奥运会相关的款待套餐、旅游观光产品。体育赛事的官方款待服务,通过提供较高等级座席、餐饮和娱乐活动等服务,为参与者创造优质的观赛环境和条件。从国际经验来看,贵宾款待服务已成为国际大型体育赛事的标配。

“6人游定制旅行今年推出了多个欧洲杯观赛游产品,提供比赛的门票预订和一站式服务。为了满足用户的多元需求,6人游定制旅行精心策划了包括奥运赛事观赛、巴黎历史文化体验、美食探索等在内的丰富行程。游客不仅能够欣赏到精彩纷呈的奥运赛事,还能深入体验法国的独特魅力,感受这个国家的浪漫与活

力。”贾建强介绍说。

“众信旅游2024年的体育主题类产品主要以定制化小团组体育观赛类产品为主,例如巴黎奥运团、欧洲杯观赛团等。目前整体预订超出了预期,且观赛需求更多元,对于目的地产品资源、线路需求更加分散。众信旅游将根据游客细分化的出游需求设计、定制观赛旅行线路。”李梦然说。

采访中,记者了解到,对于观赛游市场,业者们也在做持续的深耕。

“近年来,消费者的消费习惯正悄然转变,他们日益倾向于为自己的兴趣与热爱投入,观赛需求就是其中之一。在我们接到的定制需求中,越来越多的用户希望能为其筛选或者推荐一些体育赛事,丰富其行程。像之前的卡塔尔世界杯、2024年澳大利亚网球公开赛等大型体育赛事,都

有中国游客现场观战。”贾建强告诉记者,“对于奥运会、世界杯、欧洲杯、F1大奖赛以及网球大满贯等顶级国际赛事,6人游定制旅行都提供过观赛旅行服务,包括酒店预订、用车服务、导游导览等,确保游客不虚此行。此外,针对一些小众赛事,如马术、高尔夫、国标舞、龙舟赛、马拉松等,我们也有相关的定制服务。”

“在旅游细分市场中,体育旅游已经成为主题鲜明的一大系列。众信旅游很早就开始布局观赛游市场,除了奥运观赛以外,众信旅游还推出各类体育主题产品,如澳网、欧洲杯、高尔夫球观赛等产品。”李梦然介绍,“我们观察到,中国游客的个性化观赛需求也正在影响目的地的产品格局,促进当地不断推陈出新,优化供给。”

3 瓶颈问题待解

体育赛事的举办对目的地旅游产业有巨大的拉动作用是业者较为一致的看法。与此同时,业者也提到,赛事举办期间,各项接待资源价格上涨,也影响着游客的出游意愿,这背后是庞大客流涌入造成的资源挤兑。如何更好地解决这一问题,为游客提供更好服务是赛事举办地和业者需要共同解决的难题。

“欧洲杯期间,大量来自世界各地的球迷和游客涌入,导致慕尼黑、多特蒙德、莱比锡等热门比赛所在城市的酒店、用车、导游等接待资源紧张,价格最高上涨了50%。”贾建强透露,“自2023年以来,欧洲出境游价格一直在上涨。欧洲杯和奥运会是今年最大的体育盛会,吸引了大量

球迷和游客,进一步推高了西欧和中欧的旅游价格,预计今年暑期欧洲出境游价格将维持在较高水平。”

“受到目的地资源紧缺及欧洲航线恢复的影响,当地航空、酒店、地接、用车等资源较为紧缺,作为稀缺性资源的门票更是要在暑期来临后持续上浮。此外签证也是中国游客赴欧观赛的又一难题,目前办理德国个人旅游签证需要3个月左右的时间,随着暑期的临近,赴欧游客逐渐增多,签证办理周期还会进一步拉长。”李梦然说。

“赛事资源的稀缺性构成了观赛游市场的一大难题。诸如奥运会、世界杯这类具有影响力的赛事,其举办周期长达4年,这使得门票

的供需关系持续处于紧张状态。同时,随着全球物价的不断攀升,热门赛事的门票、住宿以及交通费均有可能增加,这无疑给预算有限的游客带来了不小的经济压力。”贾建强说。

“大型赛事期间,举办城市的基础设施面临巨大压力,影响游客的观赛体验。”有业者分析,“对于热门联赛和小众专业赛事的举办地来说,其基础设施可能相对有限,难以满足游客的需求,这也是很多目的地举办赛事时面临重要问题。”

“从入门级的观看赛事,到体验性出游,观赛之余还想亲自参与体育运动。这就需要旅游企业更加主动、多方面地挖掘当地的体育场馆等资

源,进行更多的创新。”春秋旅游副总经理周卫红认为,赛事主办方与旅游企业,尤其是旅行社的合作模式及顺畅度也是需要重点梳理的方面,如何从赛事经济转化成全维度的商业经济,需要有非常强的协调机制和完善的操作体系。

在李梦然看来,观赛游产品开发的关键主要在于对票务等稀缺资源的把控上。“观赛游产品操作难度较大还在于游客往往是在最为集中的时间段前往同一目的地,这就对旅行社在资源端,即酒店、机票、用车、餐厅等各方资源的把控和协调上提出了更高要求。此外专业人才的短缺也是影响观赛游市场发展的一个瓶颈问题。”

4 长尾效应明显

在业者看来,一次大型体育赛事的成功举办对目的地旅游的促进作用是长远的,接下来几年都会持续释放吸引力,相对于赛事举办期间的热度,目的地和企业更看重赛事举办后对目的地形成的长尾效应,而这种长尾效应可能会辐射整个区域。

白玉堂表示,2024年法国举办奥运会和残奥会,可以提升法国作为旅游目的地的吸引力,提升其旅游产品质量,同时,延长国际游客逗留时间,为法国带来经济附加值。

“国际赛事对举办地旅游产业有着明显的推动作用。这些赛事不仅吸引大量来自国内国际的游客,为当地带来巨额的经济效益,同时也进一步推动旅游业的发展。”贾建强介绍,大型赛事举办方往往会投入大量资金用于城市基础设施的建设和改造,这不但包括体育场馆的建设,还涉及交通、住宿、餐饮等多个方面。这种投入不仅提升城市的硬件水平,也为游客提供更加便捷、舒适的旅游环境。全球性的体育赛事,能吸引大多数体育爱好者的关注,也会引发更大范围游客的浓厚兴趣。这些赛事的举办往往伴随着大量的媒体报道和宣传,进一步提升举办地的知名度和影响力,从而吸引更多游客前往旅游。

“奥运会作为全球性的体育盛事,受到了全世界体育爱好者的广泛关注,同时也让很多人对赛事举办地有了浓厚兴趣,因此,这类赛事的举办对当地整体的旅游业发展有着巨大的推动作用。”李梦然介绍,“从众信旅游今年欧洲产品整体售卖情况不难看出,欧洲全境旅游目的地在巴黎奥运会的带动下,热度持续上扬,旅游产品预订量呈现明显的增长。如法国、瑞士、意大利、西班牙、葡萄牙、荷兰、希腊、北欧、东欧等产品均出现快速增长。”

“奥运等国际赛事的举办对于目的地旅游产业的推动,以及城市形象的宣传,是全方位的,辐射面是非常广的,既会激发主办城市居民的自豪感、荣誉感,带动全民体育、全民参与的热潮,更会带来一系列综合效益。”周卫红说,“赛事期间,全世界的游客长途跋涉而来,很多不是短暂停留,而是会在目的地长时间停留,在观看赛事之外,体验当地更多的游乐活动。比赛前期的宣传效果、后期的话题效应,都会对游客形成吸引力,这些也是当地旅游企业的发力点。赛事的举办将为旅游人才的培养、发掘,带来更多的机会。奥运等赛事对于相关人才的需求是巨大的,比如航班、酒店、当地交通、餐厅、景区等,既创造更多的岗位需求,同样也会给行业人才带来更多实践的机会,提高人才队伍的整体素质。”

“大型赛事的举办辐射面非常广泛,热度不仅聚集于单一城市,其影响力更是长期的。”有业者总结道,“考虑到出游的性价比,赛事结束后,目的地的热度也将在全世界各国游客不同视角的分享中,得以持续,这将有利于后续旅游市场的发展。”