

# 熟练发送定位、秒杀机票、用网盘收发图片 “爸妈们”的旅游也很潮

68岁的重庆人周群自退休后,时常与亲朋好友结伴旅游。她的手机里装着地图软件、旅游预订软件及各种生活服务软件;她的行李箱里必备自拍杆、充电宝以及一只“一人食”电饭锅等实用物件。周阿姨到过北京、上海、甘肃、黑龙江等20多个省份“打卡”。下一站,她准备去西藏。

5月19日是第13个“中国旅游日”,今年的主题是“美好中国,幸福旅程”。各种假期的旅游统计数据显示,我国早已进入大众旅游时代,像周阿姨这样的老年人正成为当下旅游市场最活跃的群体之一。他们在先进的数字技术以及各地旅游景区持续优化助老设施的有力支持下,尽情饱览大好河山,乐享幸福旅程。

## “爸妈们”出游也很潮

不久前,72岁的上海市民刘宗琪跟团乘坐“乐游长三角”旅游专列,从上海虹桥火车站出发,前往安徽六安市。“六安自然风光怡人,民风淳朴热情。单是看看大别山上漫山遍野的杜鹃花,就开心得不得了。”刘阿姨发朋友圈分享了自己的体验,“与10年前的旅游记忆相比较,大别山百姓的生活明显变好了,生态环境保护也改善了。”

记者连日来对老年旅游市场采访调研了解到,数字技术等智慧手段的广泛应用为老年人乐享幸福旅程增添了助力。

“在手机上轻轻一点,景区、游船班次、出行方式即可直接选择下单,真是方便!”从河南省南阳市到重庆旅游的刘良国大爷高兴地说,他在导游帮助下,通过添加“畅游巫山”游客服务小程序,敲定了后续行程,上游船检票等只需“扫一扫”,省去了很多麻烦。

“我妈是‘旅游达人’,可以熟练地发送手机定位、‘秒杀’优惠机票、用网盘收发图片。翻看



在上海举办的一场文旅融合活动中,老年游客学习制作“兔子灯笼”。

新华社发

她的朋友圈,好多地方我都去过!”35岁的白领王瑞琦羡慕地说。

## 多地持续优化适老服务

顺应老年人出行需求日益升温的趋势,全国多地持续优化助老设施。据重庆市武隆区有关部门介绍,到武隆游览的60岁以上老年人占到游客总数的

13%,并逐年增多。他们在各景区完善了无障碍通道、电梯、扶梯等设施,为1000个厕所蹲位安装了扶手。作为热门景点,贵州省铜仁市万山区朱砂古镇配备了近1000张床位,并与当地医院合作为旅居老年人健康游乐保驾护航。

许多目的地还将智能化贯穿到景区预约购票、入园游览等多个环节,优化从点到线到面的

全流程适老化服务。

上海市文化和旅游局面向社会特别推出“乐游上海”长者版,其预约功能支持老年人的家人或朋友在收费文旅场所为老年人实名预订。同时,面向65岁以上老年人提供免预约入场功能,后台还提供高龄老年人进入场所快速查询等便利服务。

此外,“水韵江苏”数字旅游卡以第三代社保卡为载体,老年人可一卡通用享受交通出行、文化旅游消费等服务;微信小程序“一码游贵州”除了有电子地图、厕所查询、语音导览等功能,还有“一键报警”“一键救援”功能,保障老年人旅行安全。

## 各界期待更精准更精细服务

据中国旅游研究院测算,“十四五”末,我国出游率较高、旅游消费较多的低龄健康老年人将超过1亿人,老年旅游收入有望超过万亿元。

如何确保老年游客旅行安全、顺畅、舒适?周群阿姨结合自身经历对进一步完善老年旅游市场提出了新的期许。她说,

不同省市对“老年人门票价”的执行年龄不一样,各地景区景点的信息披露程度也不尽相同,老年游客要真正实现“全程自助游”,还需要提前做不少功课。因此,她希望有关方面能积极关注这些问题并予以解决。

为切实保障老年游客的合法权益,上海春秋国际旅行社(集团)有限公司副总经理周卫红建议有关部门加强市场监管力度,严厉打击针对老年游客的“不合理低价游”等乱象;同时,建议相关方面深入老年人集中的社区,大力宣传文明理性出行,提醒老年人擦亮双眼。

中国旅游研究院院长戴斌建议,应推动老年旅游融合发展,构建全生命周期的老年旅游产业谱系。建设全过程无障碍的老年旅游环境,引导老年人增强社会参与并获得社会尊重,消除老年人心理上的“无形障碍”。此外,充分考虑到老年人的健康状况和身心需求,提供“需求导向”的精细化旅游服务。化“数字鸿沟”为“智慧引擎”,促进智慧康养与智慧文旅融合发展。

新华社北京5月19日电

# 越来越多游客把假期交给一个“小地方” 县域旅游火了! 透视小地方的“出圈秘籍”

新华社北京5月19日电 县域旅游火了!在“陇上江南”品西北美食、在西南边陲打卡“中国最大乡村图书馆”……近来,每逢节假日,原先静谧、安逸的县城常常变得热闹喧哗,成为社交媒体的“网红”打卡地。县域旅游缘何崛起?

## 越来越多游客 把假期交给一个“小地方”

“没想到这里早茶如此丰富,而且既美味又平价。”近期出游的叶女士在被苏州、扬州的“人从众”劝退后,选择将名气没那么响亮的泰州兴化市作为目的地。叶女士说,她在小县城里发现了更大的惊喜。

茶园采茶、吃农家特色饭菜、体验白马民俗文化……“五一”假期,来自全国各地的游客在甘肃文县感受到别样的江南风情。数据显示,文县共接待游客5.96万人次,其中过夜游客超过1万人次,旅游综合收入较2022年同比增长336%。“景色美得分分钟拍出杂志大片,颠覆我对甘肃的原有认知。”广东游客小浩感慨,景美、体验好,这次旅游选对了地方。

越来越多人把旅行体验交给一个“小地方”。一方面,这些“小地方”正在努力消解大都市消费的虹吸效应,另一方面也试图借助差异化的资源禀赋和区

域特色,创造县域独特的消费场景和需求,激发远超本地辐射范围的消费动能。

磨豆、压粉、萃取……5月的浙江省湖州市安吉县,空气中弥漫着咖啡香气。“一口咖啡,消弭了大城市和小县城之间的距离。”利用周末暂时“逃离”大城市的上海游客韩杰感叹道。

作为都市人的“精神充电站”,咖啡馆可以下沉到哪里?在安吉,答案是山、田、湖、瀑、林、矿。这个常住人口约59万人的山区小县城,藏着300多家咖啡馆,按人口密度计算已超过上海。

位于当地红庙村的一家咖啡馆坐落在湛蓝的天然湖水和冷冽的岩石之间,被网友称为“小冰岛”,其前身是处废弃十几年的矿山。经过一个年轻团队的改造,在优越的自然风光中变身“网红”打卡地,不到一年内累计接待游客35万人次,最高单日接待量达8000人次,为红庙村带来600余万元经济收益。

县域正迸发出强劲的旅游发展动力。《全国县域旅游研究报告2022》显示,2022年全国县域旅游综合实力百强县平均实现旅游总收入145.3亿元,平均接待游客总人数为1326.27万。在携程发布的《2023年五一假期旅游预测报告》中,浙江长兴、云南芒市、福建平潭等地成为“热门黑马地”,旅游订单较2019年

增长了157%。

## 火爆背后的厚积薄发

中国旅游研究院副研究员李雪说,盘点这些“小地方”的共性,就是不仅资源富集、环境优美,且综合配套完善、商业氛围浓厚。“县域旅游指向的并不只是美丽的乡村风景,而是其中蕴含的高品质生活空间,这恰恰构成县域旅游竞争力的内核要素。”

受访人士认为,县域旅游火爆看似偶然,实则是厚积薄发,在做好市场需求调研、消费热点跟踪、消费心理探测的基础上,将自身优势放大、拓展的结果。

——旅游配套服务体系日渐成熟。甘肃省旅游发展研究院执行院长、西北师范大学旅游学院教授把多勋认为,近年来一些县城持续从基础设施建设、数字科技赋能等方面进行建设,旅游配套服务体系日益成熟,为县域旅游热提供基础。

“游客的消费需求更理性,更看重旅游过程中的舒适度和体验感。”把多勋说,一些传统热门旅游城市在性价比和新鲜度上不及县城,加上游客对个性化和参与度的要求越来越高,文化、生态等资源丰富的县城便分走一部分客量。

——业态升级全方位激发消费活力。今年以来,江西婺源不断创新产品和业态,音乐节的

火热现场与婺源油菜花季旖旎的田园风光相逢,给这座以“静谧幽美”闻名的县城增添了一份热络动感。

不仅如此,婺源还着力推动乡村度假旅游提质升级,打造一批小而精的民宿和一批小而美的网红场景,形成白+黑、旅+居、游+学、动+静、土+洋等新业态,成为当地旅游新热点。

——借力舆论“热点”平台持续引流。电视剧《去有风的地方》热播后,云南大理顺势而上,深化“有一种生活叫大理”“中国最佳爱情表白地”“去有风的地方”等顶流IP,提前研判市场趋势和游客需求,开展系列主题宣传引流活动;浙江衢州开化则充分挖掘“百万年薪聘导游”的社会效应,推动“衢州有礼·根源开化——开化是个好地方”城市品牌迅速“出圈”。

## 未来如何化流量为能量?

县域旅游“被看见”只是走出第一步。从供需角度来看,发展还存在诸多制约因素。

一是交通建设相对滞后。受访人士认为,部分县还未进入“高铁时代”,交通便利度不高,未实现交通圈对旅游圈的激活作用。尤其对于一些山区县,旅游交通建设相对困难,通达能力较弱,自驾营地、汽车租赁网点、集散中心、客运枢纽“运游一体化”建设

滞后,影响游客旅行意愿。

二是承载能力不足。记者了解到,一些西部欠发达地区的县城配套设施不够完善,无法完全满足小长假爆发式增长后的旅客需求。部分西部区县干部反映,停车场、卫生间日常承接游客“绰绰有余”,但节日期间面临“爆满”压力。

三是旅游营销不够精准。开化县文化和广电旅游体育局党委书记张国友说,一些政府主导的惠民活动具有让利性,部分商家参与度不高。同时,“免费游”等政策易导致主要景区成为周边旅行社的“过客”,甚至带来低价旅游购物乱象、景区环境污染、设施破坏等不良反应。

“县域单元数量多、分布散、类型广,相关部门应进一步加强对县域旅游的宏观分类指导。”李雪建议。受访人士认为,各县市既要着眼长远,科学规划县域旅游产业发展,又要根据县域经济实力量力而行。既不能揠苗助长,也不能止步不前,错失打出个性化、差异化县域旅游品牌的“时机”。

把多勋同时建议,在规范标准的基础上打造个性化的旅游产品和体验,才能可持续发展。他建议,各县市应明确自身旅游发展定位,编修县域旅游发展规划,对目标资源、业态、产品、配套服务等体系综合部署,在执行层面则应更适应和贴合游客需求,并加强旅游人才资源培养。