

**赏花游成春季出行首选地产品售卖过半**

春节长假结束后，就进入一年中的出行淡季。不过随着天气渐暖，赏花游成为了近期人们出行的热点，相关目的地预订量明显增高，部分热门赏花线路售卖已经过半。

**日本赏樱今年“人多价不高”**

根据去哪儿网发布的《2019年赏樱季出行报告》显示，日本签证进一步放宽，尤其针对在校大学生赴日签证办理的简易化，使得今年赴日赏樱的人数将进一步增加。樱花季期间，旅客平均提前26天就进行搜索比价。同时，报告指出，东京上野恩赐公园、大阪造币局、大阪城公园、京都清水寺等景区都是赏樱热门地，预计将出现人头攒动的景象，如果既想赏樱又想避开人群，去哪儿网建议选择福冈、札幌、冲绳等地。

面对即将到来的赏樱大潮，住宿和机票成为了人们的关注热点，记者了解到，由于今年一些住宿平台和航司的促销力度加大，机票、酒店价格并未出现明显的水涨船高。途家相关负责人表示，3月1日至15日，途家将上线日本樱花季大促，精选东京、大阪、京都、奈良、福冈、名古屋等热点赏樱目的地的品质民宿，以满减优惠的形式进行促销，保障游客在赏樱期间的民宿入住需求。

同时，来自去哪儿网的数据报告显示，2月到3月，国内各航司申请新开增日本航线超60条，出发地除了北京、上海、广州、深圳四大枢纽外，山东、浙江、川渝地区也新开多条往返日本的航线。另外，天津航空、全日空航空、大韩航空推出多款“赏樱季”特价，全国多地往返日本均有含税1800元、2300元、2600元的特价。但去哪儿网相关负责人提醒游客，购买此类便宜机票的时候要擦亮眼睛，一定要小心不退、不改、不含免费托运行李额的“三不”价，无论是在机票搜索报价上还是订单详情页都要仔细看清航空公司规定，不要临时到机场再着急。

**游客赏花之余更热衷体验感**

除了去日本赏樱花外，国内也有不少赏樱目的地，业内人士指出，今年春天，全球赏花主题的产品都在热卖，而且游客更加注重出游中的体验感。众信旅游相关负责人表示，随着北半球逐步回暖，出境游市场进入到一年一度的赏花时节，目前，春季赏花产品销售情况十分喜人，长线热门产品售卖已经过半。从目的地来看，除传统的赏樱目的地日本、赏郁金香目的地荷兰外，德国黑森州油菜花、瑞士伯尔尼玫瑰园、法国格拉斯玫瑰、英国玛丽皇后玫瑰园、塞班凤凰花都成为2019年赏花新秀，国内婺源、腾冲也是热门赏花目的地。同时，据去哪儿网报告预测，武汉、青岛、西安、旅顺、昆明等成为了国内赏樱最受欢迎的城市，随着花期的临近，前往热门城市赏花的游客人数将持续上升，而现在预订三四月份国内热门目的地的机票，还有低至两三百元的特价票。

不光要赏花，如何更好地体验当地文化、全方位感受春天的气息也成了人们关注的焦点。众信旅游直客营销中心总监王振■表示，今年赏花产品不再拘泥于某一公园的单一花品，而是更多融入春天气息的体验型产品，如乘坐莱茵河游船享受浪漫春日、探访蓝瓷工厂参与绘陶课程、在梵高国家公园呼吸春天新鲜的空气等。Airbnb爱彼迎相关负责人也表示，除了传统的赏樱，关于樱花今年还有更多不同的玩法，比如游客可以跟随爱彼迎体验达人走进手工坊，制作一份樱花主题的和菓子；在九州大分的樱花树下，泡着温泉欣赏樱花；或是走进札幌，和房东学做盐渍樱花……体验一种“去过，没玩过”的乐趣。

**(据人民网)**

**旅游消费增长折射中国消费者生活方式变化**

文化和旅游部发布的数据显示：2019年春节假期，全国旅游接待总人数4.15亿人次，同比增长7.6%；实现旅游收入5139亿元，同比增长8.2%。数据背后，是中国消费者更重品质、更青睐服务消费的消费方式变化。

日前，由希尔顿发起、凯度及尼尔森联合发布的《城市因你而鲜活，中国消费者“鲜”发现》显示：中国旅客的旅游观念正在变化，相较于地标打卡式的旅游，越来越多的消费者更注重旅行体验，且更愿意在当地餐饮和文化活动上消费。

据悉，本次研究样本来自于中国1000名不同年龄段及城市地域的消费者，他们在过去一年至少在一家高档酒店消费过一次。结果显示，中国旅客在旅行偏好、行为及消费模式等方面有着明显变化。与过去几年相比，中国新兴旅客热衷于深入了解当地文化，乐于花费更多以获得优质体验。同时，他们也期待酒店更具文化性、舒