

# 国人出游五大新变化 私人定制游成“黑马”

“十一”长假，国人出游热情依然高涨。国家旅游局统计数据显示，国庆期间，全国共接待游客 5.93 亿人次，同比增长 12.8%，累计旅游收入 4822 亿元，同比增长 14.4%。随着全民游、自驾游时代的到来，以及移动互联网技术的发展，国人出游已经从传统的观光游向深度体验游转变，并呈现出个性化特点。

## 私人定制游成“黑马” 市场出现90后群体

随着游客需求的多样化、个性化的私人定制游应运而生，成为市场中的“黑马”。国内多家旅行社已经开设相关业务，旅游规划师、造梦师等会根据游客特殊需求进行私人化定制服务。众信、携程、途牛等数据显示，国庆期间私人定制游产品订单量同比增长超过300%。

众信定制部负责人汤令英介绍,私人定制游的客户群体已经开始多元化,包含商务人士、老人、家族群体等,定制游价格逐步亲民。“有些子女比较忙,没有长假,会专门替父母做私人定制;还有部分生二胎的家庭会

带着保姆、孩子、长辈等一起出游。”汤令英说,现在市场还出现了90后的私人定制,他们更注重主题体验游,比如蜜月、射击、美食等。

“私人定制的主要目的地是欧美、日韩等传统国家,但也有不少人要求去南北极感受极寒、去肯尼亚看动物大迁徙,甚至要求考古游览等,我们都会尽量满足游客的需求。”汤令英介绍。

途牛旅游网私人定制部负责人表示，曾为用户定制“一人深度埃及游”，游客享受一人包车、一人专属导游服务，并乘坐三桅帆船游览尼罗河、乘热气球欣赏帝王谷日出。

多,“为一间房,赴一座岛”、“为一方美食,约一座城”的出游方式悄然受到追捧,游客不再单纯追求价格上的便宜,而是越来越注重旅游的品质和个性化体验。

大数据监测显示,今年清明、端午、中秋等小长假期间,周边游最红火。国庆假期,周边游出行量同比去年增长200%。驴妈妈周边酒店预订量是去年同期的6.67倍,其中精品酒店、特色民宿、度假区等预订增长较快,“为一间房,赴一座城”的游客越来越多,超过半数的游客关心酒店内部环境,房大、床大、WiFi快最重要;带孩子出游的家庭则关心客房的干净程度及酒店的儿童设施。

三四线城市出境游 人均消费超过北京、上海、广州

途牛网数据显示，今年国庆期间，游客用于购买旅游产品（不含目的地购物等）的人均花费为1150元。有趣的是，今年国庆黄金周在途牛购买出境旅游产品人均花费最高的城市并不是北京、上海、广州等一线城市。虽然出游人数较一线城市少，但山西吕梁用户预订出境游产品的人均花费达到了12664元，而山西阳泉、四川甘孜则以7723元/人、5888元/人位居第二、第三名，越来越多二三四线城市消费者的出境游消费需求正在被触发。

AR、VR、直播等互动旅游带来新鲜感

随着移动互联在旅游业的互通更加紧密,多元化的方式使旅行者在未知的旅途中获取更简单易得的服务。AR、VR、直播等新技术也正在被越来越多地运用到旅行中,给旅行者带来更具科技感的新体验。黑龙江省旅发委发起“万人直播五花山活动”,通过“旅游+体育+直播”推动伊春和大庆国际马拉松活动,与生态旅游、文化交流、对外合作多业态有机融合,促进旅游产业链条延伸。

(据新华社电)



出境游随身 WiFi 成刚需 最高人均流量 613M

目前，出境 WiFi 已成为出境游用户刚需。途牛数据显示，用户出境游能不能愉快上网，主要由女性决定。国人出境游在韩国使用 WiFi 流量最多，人均每天要用掉流量 613M，按照朋友圈分享每张图片 0.5M 计算，游客在韩国出游中，每天分享的照片量超过 1200 张；在欧洲和日本，游客人均每天要消耗 459M, 515M 流量。数据显示，这些流量主要用于社交，用户在旅途中利用随身 WiFi 与亲朋好友分享旅途见闻及心情。

在订购 WiFi 产品时,35% 的用户优先考虑资费情况,23% 的用户最先考虑上网速度。虽然一台随身 WiFi 可供 5~6 台手机使用,但携程数据统计,国庆期间,一台出境随身 WiFi 平均只供 2 名旅客分享使用。“这跟人们要求网速流畅的体验有关。”携程相关负责人解释。

出游方式悄然改变 “为一间房 赴一座岛”

驴妈妈数据显示,出境游方面,东欧、摩洛哥、斯里兰卡、大溪地等海外新兴旅游目的地预订量剧增,说明伴随出游次数的增



游客在杭州西湖景区游玩

