



“万人游”活动九成报名者是老年人

银发团成淡季旅游主力军

不少旅行社尝试推出有针对性的旅游产品

□记者 谢舒奕

“退休后,西安、大理、九寨沟等国内主要旅游城市已经走遍,年初又去欧洲玩了两个礼拜。”昨天,记者在海曙区一家大型出境旅行社跟几个刚刚报名“日本温泉养生六日游”的老年人聊起旅游话题时,他们对自己的“足迹”如数家珍。

据悉,11月份本是我市旅游业的一个淡季,但随着越来越多老年人的加入,银发团成淡季旅游主力军,并促成了淡季旅游中的“小旺季”。



前不久举办的宁波国际旅展上,许多金秋旅游产品受到老年人青睐。 资料照片

市场 “万人游”活动报名者多是老年人

“老年游客报团非常踊跃!如近期组织的‘万名老爸老妈金秋游世界’活动,65岁以上的老年报名者多达9000人以上。”飞扬旅游集团执行董事李达告诉记者,随着一些历史文化、民俗文化以及感受自然风光等主题线路的推出,整团都是老年人已经成为常态。

据旅行社人士介绍,老年游客通常选择结伴出游,以2-4人组合占比最高,“这样的群体一般由关系较好的老邻居、老同学、老同事或老战友组成。对于他们而言,外出旅行已经成为联络感

情、定期聚会的一种特定方式。”有十多年带团经验的导游叶晶晶说。

事实上,随着中国人口老龄化程度的持续加深,以及退休后没有休假时间限制等原因,老年游客早已成为淡季旅游市场的重要组成部分。“观察十一长假结束之后的国内旅游市场,我们发现老年游客的占比明显提升,从十一期间不到10%迅速提升至20%-30%之间。”携程网旅行专家表示。

问题 繁荣背后面临成本高风险大等困难

目前老年游市场一派繁荣的景象,但各方面需要升级,具体操作中仍存在一些困难。“这就像刚出炉的‘香饽饽’,想大口吃又怕烫嘴。”采访中,不少旅行社负责人发出这样的感叹。

一些旅行社对开发这类产品心存顾虑。“最现实的恐怕是成本问题。”一位旅行社负责人坦言,真正意义上的老年旅游产品从用餐住宿、行程安排到专业导游乃至保健医生的配备都需精心安排,研发运作成本远远高于普通团队,可老年人的消费特点又决定了此类产品定价不宜过

高,“所以在普通团当中,我们一般将老年人人数的比例控制在三成左右。”

较高的潜在风险也是难题之一,“老年人出游不确定因素很多,风险较大,特别是老年人身体条件较差,随时可能出现突发情况,对旅行社服务质量要求更高。”据透露,旅行社在接待老年旅游团时,出行前需做身体检查,在购买旅行社责任险外还需为顾客加买人身意外伤害保险,这些都给旅行社带来较大的经营风险。

建议 细分市场,打造优质“银发专团”

值得欣慰的是,“随着市场的成熟,银发旅游团正在告别低价低质的怪圈,逐渐走上品质化、专业化、个性化的道路。”市旅游局有关负责人称。

眼下,我市不少旅行社正在尝试根据老年人群的收入、文化、生理等状况进行分类,开发有针对性的优质旅游产品。“日本本州温泉养生6日游”是我市旅游市场上新近推出的高端老年养生旅游线路,整个行程以养生休闲为主题,项目包括观赏涌泉群、泡温泉以及了解和服历史和手工艺人的手工等。另外,候鸟游、寻根游、骑游、摄影发烧游……更多为银发族量身定制的旅游产品不断推出,在旅游中加载各种文化元素,为老年人的旅途增添更多的乐趣。

“真正的老年旅游团应该行程宽松,游览时间充裕,设置的活动和线路符合老年人的特点。这对导游也提出了更高要求,例如带团时勤换、勤停、勤点、勤问等。”资深旅友夏磊认为,业内或可以细分市场,建立老年旅游机构准入机制,出台相关规范,只有符合资质的旅行社才能开展相应业务,提高老年旅游市场的整体素质。

同时针对老年人出游的一些问题,市旅游局上述负责人提醒,老年人外出旅游应考虑目的地的气候、地理条件和舒适度,选择适合自己身体状况的旅游线路,参与活动量力而行,尽量避免剧烈户外运动。同时建议老年人旅行前应先做好身体自查,旅途中最好有亲友陪同。



美丽宁波乡村游

本栏目由本报与宁波市旅游局共同主办

绿树环绕水养人 别具一格秀“溪滨”

《竺氏宗谱》记载,南宋时,竺元显由剡东(嵊县)大头迁住溪滨,以竺姓建于枯溪东岩,曾称溪边竺、溪边。这就是记者日前刚刚造访的宁海县深明镇溪滨村——四面环山、曲径通幽。

四面环山、曲径通幽,那当是一个怎样优美的村落?在深明镇西北侧,记者寻得此村。

一座叫做“衍源桥”的文化廊桥是村民常常休憩、闲聊的场所,也是路人入村的必经之路。站在桥头,除了一排排沿溪而立的老房之外,便是青山、古树。据悉,全村土地总面积有8300多亩,森林覆盖率足有85%。

进入村口,眼前是竹木繁茂。溪滨村四季分明,雨量充沛、日照充足,路两旁高大参天的红杉树,被村民暖暖地叫做“幸福树”。村庄几乎都是依据山势错落有致建造,实用亦不失美观。

村前约摸12米宽的小溪,是溪滨村的标志。正如《竺氏宗谱》所言,溪滨村曾称溪边竺、溪边,1981年更名溪滨。村里人告诉记者,“村民饮用的水都是从山上引来的山泉水,有养生保健的功效,具有‘长寿水’之称,因为村里植被茂盛、气候湿润,雨水多,再经山上多种药材根系过滤,渗入地下,便形成这甘冽泉水。”记者随手挽来品尝,果然清凉爽口、回味无穷。倘若在合适的季节来此,旅友定要尝尝用这“长寿水”泡制的产自于该村天顶山茶场的新茶。

这还是一个以长寿闻名的村庄。据悉,全村现有60周岁以上老人337人,约占总人口的20%,其中80周岁以上老人71人、90周岁以上老人9人,村里的老寿星已是106岁高龄。因为这些长者,村中慢节奏的生活变成一道难得的风景,村妇慢悠悠地洗衣、做饭,老汉慢悠悠地抽烟、种地,孩子们慢悠悠地欢笑嬉闹……这是多少生活在钢筋水泥的都市人心中一直向往的简单、悠闲的田园生活。

而对于慕名而来的旅友而言,不久的将来闲游溪滨还将有个新的去处。据村委会人士介绍,山脚处穿过一片花木场地的地方,村里将挖掘一条登山步道,并于山顶处建造一座占地面积为100多亩的休闲农庄,种上高山蔬菜、水果等,主要为游客度假休闲提供最为自然的生态环境。

记者 崔凌琳

天猫公布双11预售数据 早晚十点半 “剁手党”最活跃

本报讯(记者 史妮超) 昨日,主打“全球化”的天猫公布双11最新预售数据。截至目前,以Costco为代表的众多海外品牌在今年预售阶段已经超过去年双11整体成交,预估在双11期间将向单店成交亿元级逼近。

根据天猫披露的数据,德国麦德龙、美国Costco、泰国Nittaya、日本Laox、Kirindo、韩国Gmarket等海外商家,德国爱他美、日本花王、美国Kirkland、澳洲Swisse等海外品牌轻松跻身千万成交俱乐部。同时,近50个海外商家成交额过五百万,近150个海外商家成交额过百万。而包括美国、英国、韩国、日本、荷兰、澳大利亚、新西兰在内的13个国家馆各国进口食品在预售阶段全部售罄。

除此之外,作为将连续参与两次全球化双11的海外商家,美国Costco、日本Kirindo等海外商家在2015年双11预售阶段成交额已超过去年双11整体成交额。

通过双11预售成交数据,可以清晰看到中国进口消费偏好。虽然国内“剁手党”最活跃城市集中在北上广杭成,但进口消费网购习惯已呈沿海一二线城市持续旺盛,三四线城市进口渗透加速扩大,而早晚十点半成剁手最高峰时段。从进口成交品类来看,最畅销的是美妆、母婴、医药保健、食品、个护等,其中美妆和母婴占比均超20%。