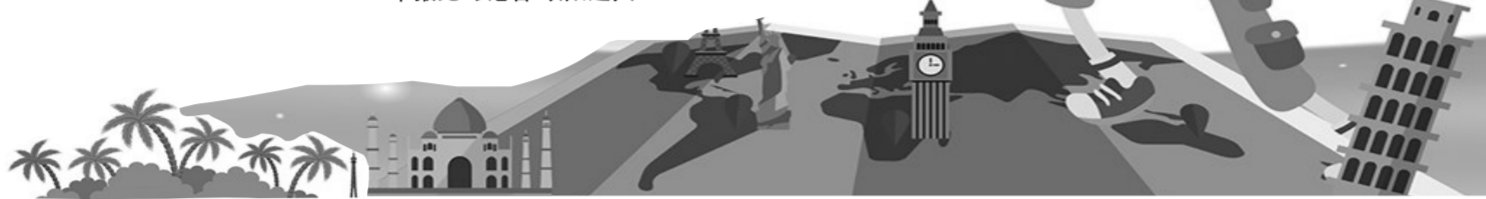




不再满足于“到此一游”，旅游市场更加细分化

# 体验式旅行时代来了

◆ 本报见习记者 欧阳近人



## 体育旅行,健康生活新时尚

35岁的叶先生是北京一家AR公司创始人,平常最爱跑马拉松。他告诉记者,国外其实有很多不错的马拉松赛事,以前想报名参加但苦于没有门路,并且相关保障接待服务是否完善也是个问题。现在好了,很多旅行社关注于此,开始销售“国际马拉松之旅”等产品,出国体育旅行变得越来越容易。

在凯撒旅游、中青旅等在线旅游平台上,记者发现有很多由马拉松、登山、潜水、滑雪等体育运动衍生出来的新型旅游产品,其中国际滑雪比赛的费用较高,而马拉松比赛成本相对较低,参与度更高。“尽管价格上有差异,但这些旅游产品仍吸引着不少体育爱好者。因为人们在运动的同时,可以观赏不同的景色,还可以参与当地人的节

日活动,获得更丰富的体验。”叶先生说。

喜欢骑行的孙健,外号“孙长老”,是北京最老牌骑行俱乐部的创始人。2006年,他创建“铁刷自行车俱乐部”,吸引了天南海北的上万名车友。几个月前,孙健的骑行俱乐部获得了易游天下的资金支持,于是他开始策划骑行旅游的新花样,如山地骑行、小镇骑行、环湖骑行、观星骑行等。

“我们刚刚结束了新西兰的Crater Mountain骑行公园的山地骑行,那里到处是充满异域风情的松林和桉树林,公园里的陶波湖美得让人心动。”孙健说,其实山地骑行也并没有想象中那么难,现在许多骑行公园都有适合不同水平骑手的山地自行车道,所以即使是初学

者也不用担心。

随着以体育旅行为代表的户外活动越来越多样化,户外用品的需求也在快速增长。蚂蜂窝与亚马逊中国在5月联合发布的《2017户外运动地图》,从近一年来各户外项目的关注热度、关注人群、热门目的地等方面,分析了2016年户外运动市场情况。数据显示,2016年户外消费向国际化和专业化进阶,蛋白粉、户外耐用运动鞋服、登山杖等专业装备成为户外单品复购率最高的前三名。此外,智能化和轻量化引领户外运动时尚,具备GPS定位、健康心率检测、语音娱乐等多功能可穿戴电子装备也成为新潮流。

可见,更专业的装备和个性化的旅行产品,能够带给人们更深层次的体验,满足更多需求。

## 专家建议

### 文化旅游如何提升体验感?

随着“体验经济”的到来,旅游也进入体验时代。人们越来越注重在产品消费过程中获得更多的体验和感受,强调参与性和融入感,文化旅游也是如此。

目前国内文化旅游模式,大体可以分为以下几类:第一类是基于文化遗产遗址、文物以及传统民俗文化的展示模式,如云南昆明民俗文化节;第二类是文化主题城,如上海的迪士尼、杭州的宋城、深圳的华侨城等;第三类是创意型文化艺术基地,如北京798艺术区。还有一类是与科技相结合的开发,通过构建虚拟场景来增强互动式体验,如圆明园公园利用“VR+历史”设计的新游园模式。

提升体验感,说到底就是要“玩得不一样”,那么,文化旅游如何提升体验感,增强吸引力?

北京市文化创意产业研究中心主任、北京市社会科学院传媒研究所所长郭万超表示,首先,要利用本地文化资源,展现民俗风情。少数民族地区的文化资源丰富多样,像我国台湾九族文化村里就有很多原住民文化的体验项目,如亲身体验射箭、捣麻薯、织布、捏陶等,通过营造浓郁的风情环境,让游客与当地的生活融为一体。

第二,挖掘更多文化内涵。每一种文化都是一幅跌宕起伏又丰富多彩的时空画卷,真正的文化旅游就是要带领人们慢慢行走在画卷中,与历史神交千年。近几年,“宋城演艺”在三亚、丽江、九寨等地相继推出了《千古情》系列项目,通过挖掘当地历史人文,打造旅游演艺精品,培育了强大的市场。

第三,运用现代技术,打造特殊体验。当下的年轻群体更喜欢新奇和刺激,这使得高科技的运用须在体验模式和游憩方式上进行创新,增加互动性、娱乐性,为游客营造一种沉浸式参与的氛围和情境。自去年张家界天门玻璃栈道大受追捧后,“勇敢者走玻璃桥”开始“遍地开花”。错觉带来的惊心动魄感,以及“走或不走”的胆量考验,使其成为越来越多人想尝试的一项特殊体验。此外,沉浸式的虚拟体验也是热门,安徽西递宏村推出的“VR虚拟古镇游”,就利用VR技术打造了虚拟的场景,给予游客穿越古代的体验。

如今,在“体验经济”的大潮下,体验式旅行渐渐成为国民旅游的发展趋势。“是时候加入一场体验式旅行了,除非你甘愿停留在‘观光游’的时代。”刘军说。

刚参加完高考的陈聪,最近开启了暑期旅行模式。在一家户外运动网站上,他选择了一款名为“探秘陇西甘泉雨岔大峡谷”的旅游产品。最吸引他的是,这条线路具有一定的活动强度。“可以穿着登山鞋和冲锋衣,在大峡谷里搭帐篷,简直酷酷的。”

28岁的刘俊是位旅行摄影爱好者,最近他正在关注蚂蜂窝和Airbnb联合推出的“未知旅行”。刘俊向记者介绍,这款旅游产品的特点是没有透露旅行时间、地点和具体体验内容,全部都是未知数,但一定是特别而新奇的。正因为这点,吸引了不少愿意做出大胆尝试的人。

前不久,蚂蜂窝与银领智慧联合发布了《全球旅游消费报告2017》,报告显示,2016年旅游行业最显著的趋势是旅游消费升级,主要体现在中国游客的关注点由“购买商品”转向“购买体验”。随着人们对生活方式和品质日趋个性化的追求,以体育旅行、文化旅行为主的体验式旅行受到追捧,成为当下热门的旅行方式。

## 文化体验,沉浸式参与令人心动

80后文艺青年DaDa是一名摄影旅游爱好者,每次旅行,都只挑一个地方,然后会在那里住上一段时间,真正沉浸其中,深入感受当地文化生活的方方面面。“我最喜欢游民居,拍老宅院,因为它们富有厚重的历史感,值得细细体味。”

像DaDa这样追求文化体验的人不在少数,在“心动工场”创始人刘军看来,要让“远方的客人留下来”,自由行也未必能完全实现,如何沉浸式参与体验才是关键。

在2016年之前,刘军并没有想过从事旅游行业,曾在IBM和思科做了多年高管的他,参加过国外许多次深度游。回想起在印度的旅行经历,刘军感慨道,“当时一个人在印度待了两个星期,兜兜转转坐了5晚的夜车。我以为自由行做了攻略就可以解决问题,但到了当地也还是连菜单都看不懂,更别提深度体验了。”

回国后,刘军便创办了“心动工场”,决定做一些不一样的旅游产品——兴趣和体验相结合的文化体验式旅行。刘军介绍说,“心动工场”最近推出了“江南文化体验之

旅”,一发到朋友圈就吸引了不少粉丝。人们游杭州,不再只看“雷峰夕照”,而是只逛“清河坊”,而是可以跟着扇子传承人学做杭州小扇,可以在越剧团学演梁祝“十八相送”,还可以上山采制龙井茶等。而到黄山,则可以来一场“古徽州文化风水体验之旅”,跟着徽笔大师制作徽笔,和风水师一起勘察八卦村,了解徽州四雕技艺,并亲自雕一篾竹筒,妙趣横生。

“文化体验式旅行产品,需要深入挖掘地域文化标签,还要精心策划体验场景,注重趣味性。之所以叫‘工场’而不叫‘旅行’,体现了我们对匠人精神的探寻和文化精品打造的初心。”刘军说,未来影视、动漫、游戏IP都会融入到体验式旅行中。

《全球旅游消费报告》的相关数据也显示,文化体验逐渐成为旅行中最重要的部分。一个关于“在日本希望做的事情”调查发现,前三位分别是泡温泉、赏樱花、吃日本料理,而购物排在了第五位。这说明人们对文化和精神层面的需求越来越大。

## 心灵体验,获得身心感悟和幸福

“在旅途中,人的感悟都是先身再心的。未知而艰辛的旅途,考验的是一个人的胆量和耐力,所以骑行旅行,到最后其实是自我修炼的心灵体验过程。”孙健说。

什么样的旅行是心灵体验旅行?孙健认为,它可以是做志愿者参加大熊猫野外放归项目;可以是跟着家人到安徒生的故乡,在当地参与一段童话话剧的排练表演;也可以是在非洲与来自不同国家的同龄人一起参加当地独具特色的大篷车之旅。

宋文峰创立的“来恩探索”,一直致力于为6岁~18岁的青少年提供课外自然教育,有“生命之水系列”,比如探访北京水源地,进行节水主题教育;有“地质科技系列”,如贵州地质研学,普及地质知识等;还有“绿野行动”,在户外探险时,通过收

捡垃圾、带出绿地的方式保护大自然。让孩子们在游戏中培养起环境保护理念,与环境的关系就会更友好。

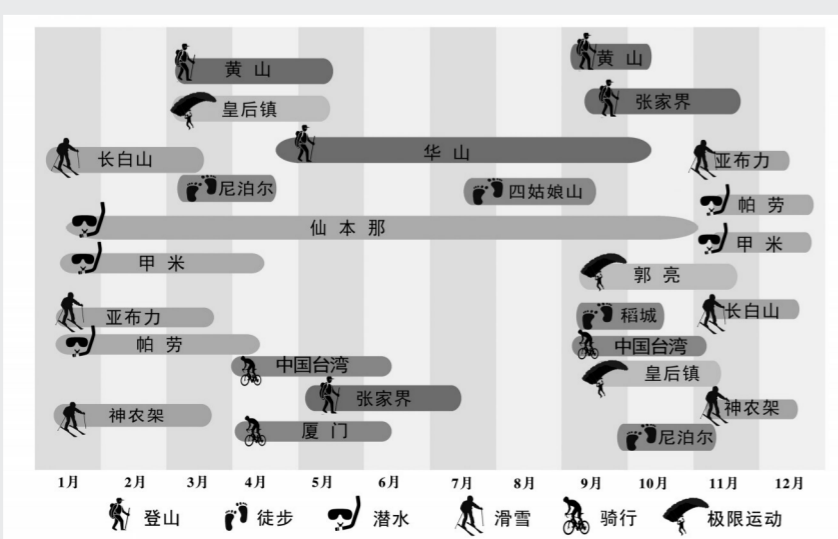
宋文峰告诉记者,在做夜宿海洋馆体验时,有不少幼儿一开始都会哭得厉害,但通过家长的电话安抚,老师的心理疏导,很快就减轻了因分离产生的焦虑感,适应了环境。之后孩子们全神贯注地投入到海洋馆游玩中,通过观察各式各样的鱼、珊瑚,聆听海洋生物的声音,收获了知识和快乐。

从携程旅游近日发布的《中国旅游者点评与幸福指数2017》报告来看,2016年度旅游幸福指数为93.6,较2015年上升了2.2个百分点,这说明旅游已经成为国民幸福感增长的一个重要途径。报告还总结出,决定旅游幸福指数有多方面因素,如旅游产品细节和服务质量,包括目的地安全性、天气气候、公共服务、当地友好程度在内的旅游环境,以及自身的成熟度。对自身的需求、旅游期望有越深入的认知,往往幸福指数也越高。

如今,在“体验经济”的大潮下,体验式旅行渐渐成为国民旅游的发展趋势。“是时候加入一场体验式旅行了,除非你甘愿停留在‘观光游’的时代。”刘军说。

## 户外运动大数据

2017户外运动出行日历



2017轻量户外用品销量同比增幅



(数据来源:2017户外运动地图)

## 知识堂

# 洪涝灾害后,环境健康问题知多少?

孙宗科(中国疾病预防控制中心环境所)



近期,由于连续强降雨,我国南方多地遭受了严重洪涝灾害,防汛形势十分严峻,各地也正在抓紧安排灾后的环境卫生整治工作。

洪涝是我国主要自然灾害之一。除了造成直接的各种损害之外,洪水的环境健康危害也不容忽视。一旦突发洪涝灾害,饮用水水源就会遭到污染,极易引起传染病的流行,直接对人体健康构成重大威胁。

洪涝可以破坏城乡自来水管网系统、下水道系统、污水处理厂、垃圾填埋场、堆肥场等,而洪水中的细菌、病毒、原虫、寄生虫等微生物和原生动物也会随着洪水传播扩散,这些病原体既会造成轻微的腹泻症状,也会引发严重的痢疾、传染性肝炎等严重疾病。

另外,洪水过后,往往会造成水质粪便污染指示菌升高和胃肠道症状病例的上升。



洪水过后,周边环境会存在多种有害微生物。这些有害微生物在环境中要想消除,一般需要2~3个月的时间,包括温度、湿度、pH值、土壤结构、阳光照射等在内的环境因素都会影响微生物在环境中的存活时间。

微生物自身的特性和对环境条件的敏感度也会产生影响,如痢疾志贺菌在土壤中可存活9天~12天,隐孢子卵囊可存活数月,孢子真菌和芽孢杆菌可存活数年。

微生物对人体健康的危害与接触途径和敏感人群有

关。托幼机构、养老院、疗养机构、学校、医院等生活环境中的草地、露天植被需要重点关注,露天广场、公共厕所的卫生也应加强管理。

洪水过后的环境卫生对策主要包括健康教育和环境消毒并不推荐。虽然消毒剂可以杀灭常见的微生物,但对原虫和寄生虫效果较差,同时会造成对环境的破坏和对人的直接损害。吸入、摄入或接触大量的消毒剂可能会引起皮肤、眼睛、呼吸道的烧伤或其他健康危害。



## 灾后健康教育是有效的环境卫生对策

### 危害警示

在必要的地区,设置危害警示标识,标注主要的危险因素。

### 个人卫生建议

在公众中广泛宣传洗手的重要性。在必要的地方可以增设洗手龙头、洗手液和手干燥装置,对于特殊地区或健身器材等特殊设备可采取消毒的方式,降低直接接触带来的健康风险。



## 洪水过后的环境修复非常重要

### 环境清理

环境中的污泥应及时清除,公共环境如小区公园中的沙坑、碎石、木条等应及时清理,以防伤及幼儿的接触。

### 地面修复

洪水过后的绿地可采用覆盖新土、种植新绿植的方式进行覆盖;裸露的土地可以通过铺设碎石和修建水泥路面等进行硬化覆盖;原有绿地表面可用水反复冲洗,设立警示标识;扬尘地区应采取适当措施防止扬尘产生。另外,卫生部门应针对洪水的健康风险进行风险评估,必要时提出干预措施建议。