

这个端午挺特别

“亲子游”“文化游”“周边游”成2019端午小长假关键词

刚刚过去的端午小长假,你“打卡”了哪些景点?又有哪些难忘的体验?今年端午节撞上高考,又邂逅“文化和自然遗产日”,便注定了它的与众不同。我们不妨通过数据,来回顾下今年端午出行的那些事。

北京居国内热门出发地之首

今年端午节的首日,恰好也是高考首日,两个重要的日子“撞车”,那么这个端午节的出行状况怎么样?数据显示,在经历了清明、五一小长假之后,通常到了端午节,客流都会略逊,但总量依然不容小觑,最近3年,每年端午国内游接待人次都在8000万以上。今年高考期间,尽管各地方道路交通有管制行为,且端午假期高速公路不免费,但仍然抵挡不住大家的出行热情。

据驴妈妈旅游发布的《2019端午出游总结报告》(以下简称《报告》)显示,北京、上海、广州、苏州、杭州、南京、无锡、西安、成都、武汉成为今年端午热门出发地TOP10,北京位居首位。

北京市文化和旅游局发布的端午假期情况简报显示:6月7日至6月9日端午假期,北京市重点监测167家景区累计接待游客580.8万人次,同比增长12.1%;营业收入达3亿元,同比增长26.9%。游客接待量排名前十名的景区是:王府井接待102万人,北京首创奥莱休闲驿站接待59万人,南锣鼓巷接待46.4万人,什刹海风景区接待34.2万人,前门大街接待28万人,故宫博物院接待21.2万人,北海公园接待13.2万人,天坛公园接待12.4万人,颐和园接待11.8万人,圆明园接待11.8万人。

“打卡”博物馆成新潮流

《报告》显示,游客年龄层面,90后以42.6%的占比成为“出行担当”,80后紧随其后,占比为37.3%;客群方面,家庭出游占比最高,达34.6%,端午亲子游市场呈现周边出游消费频次高和出游儿童低龄化两大趋势。

今年端午假期,欢乐谷集团、广东长隆度假区、上海迪士尼乐园、黄山风景区、慕田峪长城、横店影视城、秦始皇陵兵马俑、中华恐龙园、都江堰、成都大熊猫繁育研究基地位列全国热门景区TOP10。端午节三天持续高温天气,广州长隆水上乐园、北京水立方嬉水乐园、苏州乐园森林水世界

等玩水乐园成为今年端午假期的热门之选。

端午假期第二天,正赶上“文化和自然遗产日”,受“博物馆寻宝”、“文物卖萌”等创意活动的吸引,“带娃打卡博物馆”成为今年端午假期的“遛娃新潮流”,北京故宫博物院、上海自然博物馆、西安钟鼓楼、秦始皇陵兵马俑等博物馆都人潮涌动。此外,非物质文化遗产助力古镇成为端午热门景区,如周庄古镇端午祭祀、包粽子、品黄酒,锦绣中华民俗村端午赛龙舟、悬艾草等端午文化主题产品预订人气高。

周边亲子游受青睐

受三天假期限制,一至三天的周边亲子游人气迅速飙升。《报告》显示,今年端午假期周边游依旧火爆,57.6%的周边游订单为带娃出游,较五一上涨9%。此外因为端午节本身的文化内涵,文化游、民俗游更是成为小长假周边游的热门。

据悉,今年端午节,赛龙舟、吃粽子、穿汉服、游古镇等民俗体验游受青睐。《报告》显示,今年端午,民俗体验游在周边游人次中占比达36.1%,杭州、

苏州、绍兴、无锡、嘉兴成为民俗体验游五大热门目的地。

北京市文化和旅游局发布的端午假期情况简报同样显示,北京郊区民俗游累计接待游客206.8万人次,同比增长15.7%;营业收入达2.2亿元,同比增长11.4%。接待量前三位的是怀柔区、延庆区和顺义区。其中,怀柔区接待游客44.6万人,延庆区接待游客34.6万人,顺义区接待游客28.5万人。

杨琳

资讯

首厚·大家高龄老人照护讲座受欢迎

日前,北京市统计局正式发布2018年北京市人口数据,60岁以上人口为364.8万人,和2017年相比,其中常住人口增加6.6万人,北京老龄化程度进一步加深。老龄化形势促使更多家庭开始学习养老服务知识。

2019年6月6日,首厚·大家(友谊健康社区)邀请日本养老领军企业日医学馆的照护专家,在等级照护区进行了“助力家庭养老,照护高龄/失智失忆老人”主题体验活动。专家为参加活动的20余位高龄老人家属,分享了日本养老服务的发展轨迹及借鉴

意义,并现场与家属进行了介护服务互动体验,还参观了等级照护区的多功能室、养老护理居室等,还邀请大家体验了美味可口的老年营养套餐,受到了家属们的一致好评。

首厚·大家(友谊健康社区)是一家位于南二环内、友谊医院旁的高端持续照料养老社区,比邻丰富的医疗资源,具有得天独厚的区位优势,希望通过以独立、支援、干预为核心的高品质服务,帮助家庭解决养老难题。

本报记者 陶冶



北晚新视觉供图

皇家加勒比超量子系列首航庆典举行

2019年6月3日,于不久前在德国迈尔船厂全新交付的“海洋光谱号”,经过47天的环球奥德赛之旅,途经17座城市,抵达上海吴淞口国际邮轮码头。皇家加勒比举办了盛大的首航庆典暨命名仪式,宣布光谱号正式开启中国母港首航,“海洋光谱号”也成为皇家加勒比第三艘部署中国母港的全新游轮。



仪式现场,品牌代言人兼启航明星——著名演员黄晓明与杨颖(Angelababy)共同出席为海洋光谱号献上祝福。此外还有来自全球的主流媒体、旅业伙伴、行业领袖等近三千名贵宾,共同见证这一重要时刻。与此同时,皇家加勒比发布了针对中国市场的2020年航线部署及目的地观光计划,包含奥运主题航线、长航线及特色航线、过夜深度游航线,与岸上观光服务的全方位部署,旨在为消费者提供更丰富的游轮度假选择。

2019年是皇家加勒比国际游轮进入中国市场的第十年。自2019年以来,皇家加勒比相继开启中国游轮市场的“大船时代”与“新船时代”,旗下在中国母港运营游轮承载客人数平均年复合增长率达26%。继量子系列的两艘全新下水游轮“海洋量子号”、“海洋赞礼号”部署中国母港并收获超高口碑与行业认可,如今超量子系列首艘游轮“海洋光谱号”也将继续提升行业标杆,缔造中国游轮旅行的“超量子时代”。同时,皇家加勒比借助全球品牌影响力和国际营销,也将大批国际游轮客人带到中国。近5年来,由中国母港出发,乘坐皇家加勒比游轮的国际客人总数增加了一倍。“海洋光谱号”刚刚结束的奥德赛环球之旅,搭载近3千名海外游客乘坐游轮来到中

国度假,而预计整个2019年,皇家加勒比中国母港出发的航次将总计迎接近4万名国际客人。积极推动入境游,除拉动旅游经济及完善相关产业链外,帮助中国市场培育成熟的国际游轮文化,也让更多国际客人得以领略中华文化之美。

皇家加勒比国际游轮全球总裁兼首席执行官迈克尔·贝勒(Michael Bayley)表示:“创新与自我超越始终存在于皇家的DNA中,而中国这片充满生机与发展活力的土地,是我们的创意得以开花结果的最佳土壤。在海洋光谱号的建造过程中,我们集合了来自中国团队的智慧以及市场洞察,以及美国团队的新船制造经验,这种融合与碰撞,使得最精彩的创意能够被应用于‘海洋光谱号’。如今,我们把精心雕琢的产品呈现给中国的消费者,必定不负期望。”

目前,中国游轮行业在政府、市场,以及游轮运营商的多重努力下,正逐渐向以创新与品质为核心驱动力的发展阶段过渡。“海洋光谱号”是皇家加勒比践行对中国市场长期承诺的诚意之作,皇家加勒比希望借此进一步将游轮旅行打造成为与单纯岸上游相比肩的度假方式,推动中国游轮产业驶入下一个新蓝海。

本报记者 陶冶