

近年来,随着国民生活水平提升和消费升级,以旅游和体育为代表的体验式消费快速增长。奥运会、世界杯、欧洲杯、欧洲各国足球联赛和美国 NBA 等顶级赛事的观赛游,成为中高端游客们的新选择。

## 欧洲五大联赛陆续开赛 观赛游助推欧洲游升温

■本报记者 宋慧雯

### 非球迷也青睐豪门主场打卡

8月,欧洲足球五大联赛陆续重燃战火,不少球迷将新赛季的观赛游计划提上日程。驴妈妈旅游网出境游事业部负责人应剑峰表示,近期不断有游客来咨询前往欧洲的观赛旅游产品,尤其是目的地为英国和西班牙的线路,预订人次增幅明显。这也让今年以来不断升温的欧洲游更加火爆。根据今年的预订数据趋势,欧洲游产品的热度将持续到11月以后。

驴妈妈旅游网的数据显示,今年在该平台预订观赛游产品的人次同比增长1.2倍。从游客所处的地域占比来看,主要集中在二线城市。北京、广州、上海、深圳、南京、杭州、天津、武汉、成都和重庆成为十大主要客源地。这些城市消费水平高,市民体育、旅游观念强,也成为观赛游的主力军。

来自上海的市民王先生是皇马球迷,今年上半年报名参加了赴西班牙马德里的观赛之旅。虽然已经过去了几个月,王先生谈到当时的观赛旅程还是很兴奋,“从银河战舰时代喜欢皇马,现在已经十几年了。这是第一次亲临心中的伯纳乌球场,和几万人一起为皇马进球欢呼,那种体验无与伦比。”

如今,像王先生这样“为一场球,赴一座城”的球迷游客并不鲜见。从20世纪八九十年代开始,中国球迷就通过电视转播观看欧洲足球比赛,欧洲各大联赛也在中国拥有庞大的球迷群体。近年来,随着中国出境游市场的日臻成熟,越来越多中国球迷开始“漂洋过海”,为心爱的球队赴一场观赛之旅。

应剑峰表示,近几年英超联赛和西甲联赛愈发火热,这两个国家的观赛游和自由行产品更受欢迎。西班牙的马德里、巴塞罗那,英国的伦敦、曼彻斯特和利物浦都是观赛游的热门目的地城市。而德甲、法甲和意甲联赛,也因为几支豪门球队的强势以及大牌球星的转会加入,热度持续上升。奔赴慕尼黑、巴黎、都灵和米兰等城市观赛的球迷游客不在少数。

除了球迷游客外,不少自由行游客也将“赴欧洲各大顶级豪门球队主场打卡”这一项列入出游行程中。驴妈妈平台上一部分西班牙自由行产品,增加了可供游客选择的西班牙甲级联赛球票,并且列出了西甲联赛的比赛时间,十分受游客追捧。

### 游客选产品注重特色与服务

观赛游往往属于出境游定制产品,预订客群主要集中在中高端游客,他们愿意为一次观赛游行程所付出的时间和成本都超过一般出境游。从驴妈妈的调查数据分析来看,观赛游游客选择自由行或者观赛游产品的时间主要还是根据赛程的安排。像皇马和巴萨的西班牙国家德比、曼联与利物浦的双红会、阿森纳和热刺的北伦敦德比这类赛事,都会有不少球迷游客报名参加。从出游时间分析,以西甲为例,每年的西班牙国家德比都很火爆。一般来说,西甲联赛中的这两场“重头戏”会安排在11月至12月和次年4月至5月,不少游客会选择这两个时间段奔赴西班牙。而英超联赛的冠军争夺比较激烈,往往在每年3月至5月的赛季末阶段,会出现几支球队同

时争冠的焦灼形势。这时候几支争冠球队在中国各地的球迷群体甚至会组团参加观赛游。这个人群基数是相当庞大的。其他的诸如国庆和春节期间,如果有“强强对决”的赛事,也会有很多中国游客报名参团。

王先生表示,为了这一次的观赛游,自己提前很久就做好了准备。从去年7月底西甲赛程公布开始,自己就挑定了旅行时间。然后开始寻找相关的观赛游和自由行产品。他搜索过大型OTA官网,也有向目前垂直于市场、专门针对“体育+旅游”这一业务的服务商咨询,后来经过多方综合考量之后,才选定了自己选择的产品。

“参加观赛游,无非就两个目的——观赛和旅游。前者是圆梦,后者是想轻轻松松地玩。归根到底,作为游客,我们追求的还是细致贴心的服务。去心目中的主场看球,花费的时间和成本反而没那么重要。”王先生说。

旅游本身就是一种服务。在观赛这一细分主题领域中,作为服务提供商的旅行社更应该把游客体验作为重中之重。应剑峰分析,“球迷游客是一个属性很强的群体,他们对所追随的球队往往有更专业的了解,注入了更深的感情。怎样将观赛游的产品加入更多人情、人格和个性的元素,增强游客的参与感、体验感和互动性,也是所有观赛游服务商需要思考的问题。而且随着消费群体日益年轻化,旅行社必须不断根据用户需求进行产品和服务的更新升级,才能为他们带来更为优质的旅游体验。旅行社自身也才能更好地在这个领域中立足。”

### “唤醒巨龙”陪你玩

本报讯(记者 宋慧雯)由香港旅游发展局主办的“闪跃维港”光影汇演已经拉开帷幕,即日起至9月2日,活动于尖沙咀文化中心及前九广铁路钟楼上演。全新汇演除了结合丰富多元的灯光效果和3D投影技术,还首次加入多感官玩乐元素,让身处香港文化中心露天广场内不同角落的观众,都能享受一场好看、好听、好玩的光影盛会。

“闪跃维港”光影汇演每晚进行5次汇演,每节历时约8分钟。配合“工银亚洲香港FUN享夏日礼”推广,本次光影汇演以香港夏季的多元体验为主题。光影故事中的巨龙、鸡年吉祥物和地道美食家族,包括鸡蛋仔、菠萝油、烧卖、叉烧包、平安包等,均会“跳”出投影幕,化身LED塑像和大型充气公仔与观众见面互动。配合烟雾、肥皂泡及激光动感等特别效果,汇演进一步丰富了旅客的感官,展示香港动感活力一面。

为了增强观众的代入感和参与度,汇演现场特设“唤醒巨龙”互动游戏。汇演期间,前九广铁路钟楼会变成巨型踏步机,旅客及市民可现场参加踏步比赛,斗快“唤醒”水池中的巨型LED飞龙。而飞龙的多彩形象,更会投影至钟楼上。此外,每晚会有不同形象的飞龙出现,供大家集齐一套12款,通过社交媒体与亲友分享。

今年夏天,香港欢迎游客前来享受“大买爱吃玩不停”的缤纷乐趣,同时也不要错过全新升级的“闪跃维港”光影汇演,在充满动画元素的梦幻世界中感受前所未有的动感光影体验。

### 国内游增速 两倍于出境游

本报讯(记者 宋慧雯)国人越来越愿意把钱花在国内旅游上。国内游增速是出境游两倍、规模是出境游近40倍,国人人均每年国内旅游超过3次。上半年国内游人次预计将超过24亿,保持全球第一。20强旅游省市重新排名,新旅游消费城市和目的地全面崛起。

近日,携程旅游发布《2017年上半年中国国内旅游者报告》。专家团队基于旅游业统计数据,结合携程3亿会员以及业内规模最大的跟团游、自由行订单数据,对2017年上半年国内旅游游情况和游客行为进行了全面监测。

在出境游购物消费回归理性的同时,越来越多的游客重新回归国内游。与几年前相比,“国内游”这三个字代表的含义已经发生了翻天覆地的变化,早已从上车睡觉、下车拍照的模式转为追求品质休闲度假和深度体验探索。高铁、航空客运、自驾游体系完善,大整治使得国内旅游市场越来越规范,旅行社产品和服务不断升级,80后、90后年轻人群消费观念的转变,都使得旅游成为“说走就走”的大众化休闲方式。

安全也成为国人选择国内旅游的一大因素。根据携程旅游发布的“全球最安全目的地榜单”,经过我国游客投票,中国得票率最高,超过日本、新加坡、欧美等发达国家。

