

为中国市场量身定制的买家社群
汇集全球旅游资源

2019年5月15 - 17日 · 上海 · cn.itb-china.com



ITB
CHINA

BUYERS
CIRCLE

中国游客乐于尝试极限类的旅游吗？

探险旅游的营销点在于令人激动、兴奋的感官刺激。热衷此类产品的旅行者正是在寻找着这种寻找令人着迷、难以模仿的体验。因此，旅游企业需要发挥自身的作用，在属于这一类别的旅行者中激发其冒险精神。

德迈国际作为中国的高端定制旅行机构，专注于服务追求超凡体验的旅行者们。

在解释中国的探险旅游者是否属于“极限旅游”类别时，极地旅行家、德迈国际旅行机构创始人林建勋先生指出，中国的探险旅游者中也有极限旅游爱好者，不过极限旅游始终是属于少数派。譬如“7+2 探险计划”代表着极限探险的最高境界，就是指攀登七大洲最高峰，且徒步到达南北两极点的极限探险活动。探险者提出这一概念的含义在于，这九个点代表的是地球上各个坐标系的极点，是全部的极限点的概念。

截至2018年底，德迈国际已成功组织2,300人次到南极，约1000人次到北极。林先生特别提到，2018年6月，中国登山家张梁完成了14+7+2（登顶全部14座8000米级山峰、七大洲最高峰，徒步抵达南北极点），是全世界唯一一位完成“14+7+2”的业余登山者，完成这一计划他花了18年。2013年，张梁是德迈的南极大使。

“符合中国旅行者的探险旅游，不限于7+2，也不限于极地和登山。可以说，一次登山是一次探险，一次潜水是一次探险，一次划船是一次探险，一次跳伞是一次探险……或许对于一些人来说，‘走出国门’对他/她来说都是一种‘探险’。——‘探险’的定义在于每个人心中。”

南极、北极，向来是探险旅游胜地，这毋庸置疑。另外登山的话，7+2 探险计划中的非洲乞力马扎罗，也吸引着世界各地的登山者探险者前来朝圣。其他目的地——例如南美的天空之境探索、亚马逊丛林探险——都是闻名于世的。其他就个人爱好而言，例如潜水、帆船探险，勘察加、非洲、巴布亚新几内亚等等都有一些特定的目的地。

德迈国际的探险游产品并不是做极限探险的方向，而是以轻奢探险类为主，在体验探险的同时，也有舒适闲奢的体验。“目前，这类轻奢类探险项目，在我们的客群中还是有很高的美誉度。”林先生如是说。

“内在”动因

“无论何种方式的旅行，最大的动因始终是来自内心。无论哪个时代，能成为和被称之为‘探险家’的，永远是少数人。谁也不是天生的探险家，个人内心若是喜欢探险并付诸行动，当越来越多人去探险，自然就成一种趋势了。”

“探险，源于中国旅行者的自我‘觉醒’和自我需求吧，关键还是内在动因。正如登山家马诺里说：‘为什么登山？——因为山在那里。’可能只有登山者，才明白这句话真正的含义。”林先生解释说：“旅行者对世界的认知程度和与世界的‘相处’方式，也决定了是不是会参与户外探险旅游。”

与此同时，他也承认，随着市场的成熟，目的地资源匹配度提升，玩的人多了，志同道合的人。“这些‘外因’，也有一定的促进影响。”

中国探险旅游爱好者的特征

说到中国探险旅游爱好者的特征，林先生表示，很多人会认为“探险”是年轻人的“主场”。

“但其实大家可以看到，被称之为‘登山家’的，多数是‘中年人’（当然中年人也年轻）。另一方面，很多企业家爱探险，多数登山家是企业家。探险，与企业家精神也有其吻合处吧，超凡的勇气和付出，不怕困难，挑战自我，不断的超越突破自我。”

他提到，不同类别的探险爱好者，细分不同的探险旅游产品类别。

“登山爱好者，自然就会细分登山类产品，登山者的级别不同，也会有不同级别的产品；极限运动探险爱好者，也会细分出很多不同的极限运动产品。例如喜欢玩潜水的，会根据自己的潜水级别，‘打卡’各地潜水地。经济型探险和高端探险，最大的区别也是在于个人的情况。例如7+2‘入门级’的乞力马扎罗，对于身体条件和花费来说都没有特别高的门槛。”

个性化体验

“从产品角度，‘探险旅游’显然更加体现个性化需求，因而产品也更多是客制化、定制化的。所谓‘标准化的探险游’产品，其实也是有指向的个性化的聚合。”

德迈国际确保路线和安排都是注入了“经验值”不断优化的，住宿、餐食、舒适度等等在行前都会作细致的沟通。“如果旅行者是定制探险游，个人可以根据自己喜欢的方式，提出需求和诉求，我们根据实际情况及相关经验给出尽可能满足其需求的方案建议，协调目的地资源配备等等。”

对于探险旅游的行程需要包含哪些特点，林先生认为这要看具体的探险类别和具体的探险项目，不能一概而论。他指出，多数探险旅游都会特别安排特色的户外/探险活动，这是吸引旅行者的一个很大要素。“因为没有尝试过，所以要去体验；探险游产品，也会具有一定的挑战性。”

“南北极如果归为‘户外探险旅游产品’，我们已经运作了10年。包船去南极，是我们一直在做的，每年聚集100多志同道合的有梦想的人一起到达南极，2018年，已是第10艘包船了。我们的特色是轻探险、奢华探险，即既是探险，同时是乘坐奢华邮轮到达，也有奢华旅行的体验。”林先生提到：“我们每年也有北极点和南极点的项目，都是有严密组织和有最大限度安全性保障的、已经很成熟的旅行产品。”

南北极项目是德迈的品牌项目，数量每年稳定在200多人次。具体的产品各有不同特色。如南极，有南极三岛线和南极半岛线；有包船，有小团游。北极方面，会有冰岛格陵兰岛追极光、冰岛自驾、北极点等。

“我们的南北极项目，多年以来一直保持优化创新，秉持‘不止旅行’的理念，为客人实现旅行的梦想，提供更多增值服务。比方说名家同行，我们每年都邀请社会各界领域名师一起，旅途中有更多的分享交流，让大家旅行有更多精神、心灵层面的收获，力求更‘走心’。”

7+2 探险计划中，非洲最高峰乞力马扎罗可说是“入门级”探险，难度并非很大，也是很受欢迎的。“2019 春节，我们就有登顶乞力马扎罗的计划。”林先生说。

==