

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

提升中国游客的“海岛游体验”，获取丰硕回报

中国消费者越来越青睐于聚焦特定目的地的深度游产品。在这一背景下，旅游业有必要为中国游客提供具有吸引力的海岛旅游选择，从而捕捉市场机遇。

海岛目的地以饕餮美食、独特文化和丰富娱乐等元素闻名，并且所有愉悦感受都可以在惬意自然、绿色森林和海岸线之间，以轻松节奏尽情享受。显然，海岛具备独有的宁静氛围。但是，当面对来自中国的游客时，对所有海岛统一推广、制定“一刀切”的行程，无疑将是一个严重错误。

“中国游客的消费需求不断升级和细分，度假游的消费群体不断增长，同时中国消费者也越来越喜欢一地深度游的产品。”中国康辉旅游集团副总裁兼业务总经理朱文博如是说。

因此，有必要深入了解海岛游产品。如果能够考虑到中国的庞大规模及其所涉及的各类问题时，这种严谨思路会赢得更多的信任。朱文博先生指出：“海岛游市场规模超过 1000 亿，未来三年，预计超过 70% 的海岛游客将通过定制或自由行的方式出行，他们主要来自中国的一二三线城市。”与此同时，中国康辉旅游集团的海岛游旅游者数量超过 50 万，产品数量超过 5000 条，销售额超过 25 亿。

朱总表示：“（我们）主推度假跟团游和亲子半自助产品，面向大众化市场，（在未来 2-3 年中的预期）复合增长率将达到 35%。”

不断发展的市场概况

朱总的团队观察到，中国游客正在从观光型游客向休闲度假型游客转型。他们对于海岛游的“期望值越来越大”。

“游客希望能够体验到海岛独特的风光和人文，从这方面来说，中国游客海岛游的上升空间和增长速度要远远超过其他国家和地区。”他指出，同时也认识到，无论是蔚蓝大海的波澜壮阔还是浪漫情怀，亦或是水上运动等特殊活动，即便只是远离喧嚣的“度假”感受，都深深吸引着中国游客，与此同时，中国又是全世界人口最多的国家。

对于有助于促进海岛游等个性化旅程的外界因素，朱总提及了电视和互联网内容的影响。“最近几年，海岛成为真人秀和影视剧的热门选择地点，这些娱乐产品的影响力巨大，催生了大量粉丝去打卡的旅游线路和产品，尤其是一些主打爱情、浪漫、亲子主题的海岛，成为中国新兴中产阶级消费者的青睐目的地。”他这样解释游客的心理。

对于中国的旅游者概况，朱总将目标受众按年龄划分为两类：

- 第一类是体验水上项目、蜜月情侣或一家三口出行的 25-40 岁的中青年客户，他们一般是受过高等教育，生活追求小资，偏爱精品定制，深度体验的有主张的旅游群体
- 第二类是希望欣赏海岛优美风光，体验舒适惬意的自然气候，享受康养服务的 50-65 岁的老年人，他们一般是休闲时间富裕，养老无忧的旅游群体。

热门海岛

朱总解释说：“中国游客海岛游的主要选择是中国本土和东南亚的海岛，对于其他地区和国家的海岛，目前还不是消费第一选择，主要原因有：东南亚海岛游在中国市场性价比较高；其他国家或地区的海岛，出行时间成本和消费成本较高；其他国家或地区的海岛，在中国游客中的目的地营销和传播不到位，还没有吸引中国游客足够的重视和关注。”他还提到不同的海岛目的地吸引不同类型的旅游者，例如新婚夫妇、亲子家庭和偏爱冒险的单身游客。“不同的海岛提供旅游体验差异较大，有的海岛自然条件可以满足提供水上项目或浮潜深潜等体验项目，有的海岛则适合提供沙滩、岛上探险等体验项目，从本质上来说，不同的海岛都要提炼出有别于其它海岛的属于自我的差异化优势来，这样才能有效的吸引更加细分的游客前来体验，同时，也有利于营造和渲染出品牌形象。”

在中国游客中目前正在不断升温的海岛包括：

- 塞舌尔：拥有 115 个不同的独立岛屿，提供从极致放松到浮潜和水肺潜水等冒险活动的一切。可以欣赏到热带景观的壮丽景色，并体验岛上一些独特的豪华住宿。
- 马达加斯加：诺西贝岛、圣玛丽岛、津巴扎植物园、东部海岸的玛丽岛屿、安达斯巴 (Andasibe) 的热带雨林和琥珀山、安卡拉那 (Ankarana) 神圣洞穴。
- 科斯：Neratzia 城堡和第三世纪的 Casa Romana 别墅及其豪华的马赛克。岛上还拥有美丽的海滩，温和的气候和国际化的氛围。

对于瞄准中国游客的旅游企业，朱总建议加大目的地营销力度。“利用本土旅游企业的渠道优势，利用新媒体传播渠道和 VR/AR 技术，提高目的地的场景营销力度，从而吸引中国游客前往。”

巧妙利用期望值

对于目的地的总体体验，有些方面尤其令人关注。

朱总认为，海岛游的行程中包括：大交通、住宿、用车、当地体验项目、购物推荐等。

“销售方应该通过自身定位，找到差异化的竞争优势，并通过对中国游客进行研究，找到自己的目标受众，通过与中国本土大型旅游公司合作或自建营销渠道，尽可能精准的对自己的目标受众进行营销和推广。”

他还补充说，销售方还可以在某个领域中改进自身的产品和服务。

首先，可以提供更多的本地体验项目，例如当地人的生活习惯或消费项目。此外，除高星级酒店外，可推荐一些主题化、精品化的民宿或当地住宿。

“（销售方还可）提供人文探险或文化体验的项目，让游客有机会亲身实践。”

其他领域还包括提供中文导游，为旅游者提供可能有用的行程详细信息等。“充分研究中国游客的消费特点和消费习惯，就能加强这些领域的体验。”

朱总继续补充说，这些详细分析还能通过体验项目细节的提升，不断提高中国游客的满意度。“海岛游产品的发展趋势是自由行或半自助游，因此，旅游企业应该通过提供高附加值的旅游产品，不断吸引消费者通过他们来预订产品，这些高附加值来自于旅游消费内容指引、旅游高性价比的产品包、稀缺体验项目，通过这些详细而又实用的内容提供，来获得游客的消费惯性。”