

# 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](http://cn.itb-china.com)



**ITB**  
CHINA

**BUYERS**  
CIRCLE

## 中国游客偏爱文化旅游，享受沉浸式体验

了解新文化是国外旅行中不可或缺的一部分，但中国游客正开始更深入地探索当地的风土人情和微妙文化。

有多种方式可以定义文化旅游：探索某个地区的文化和建筑，超越游客的角色来体验目的地，像当地人一样生活，学习当地生活方式等等。无论代表什么含义，文化旅游总是激情四射，包罗万象。

途牛科技有限公司首席财务官辛怡女士总结说：“某种程度上，所有的旅游都是文化旅游的一种形式”，都在于通过旅行，探索和体验新的文化。

辛女士指出，从中国游客的角度而言，需要理解的是，与其他发达国家和地区相比，中国的出境游市场仍然相对年轻，因此许多中国客户都是首次出境旅游。总体而言，中国不断增长的消费能力正在成为推动因素，因为消费者具备体验新文化的消费能力。

“最值得注意的是，对于中国游客来说，他们特别喜欢在旅行和参观主要景点时体验当地美食。”辛女士表示。相比之下，更有经验的旅行者可能对艺术或历史等更具体的文化方面更感兴趣。

辛女士还提到，文化旅游在一二线城市和年轻游客中更为普遍。三四线城市或老年游客则更偏爱对传统的团队游产品。旅游支出根据游客本身和目的地的不同而存在较大差异。欧洲游或北美游等长途目的地的预算通常较高。

在文化旅游中，对定制化、个性化旅行体验的需求在多大程度上得到体现？“文化旅游本质上都是定制化的，因为每个旅行者都有自身体验当地文化的偏好。文化旅游主要通过自助游和个人游方式进行。团体旅游也包含各种文化活动，但并不是那么沉浸式的体验。”辛女士如是说。

## 熟悉还是新奇？

有趣的是，除了艺术、音乐、美食和建筑之外，中国游客也对涉及特定事件的文化活动表现出了浓厚的兴趣。

辛女士提到，在过去 12 个月中，最重要的国际文化活动之一就是足球世界杯。

“这是由于足球在中国的广泛普及。”辛女士解释说。因此，这意味着，不一定要沉迷于某项新奇的活动，而是要考虑在中国已经普及的某些全球化元素。不应仅仅是向中国游客展示以往市场闻所未闻的独特旅行产品。

虽然某个热门活动可能会激发旅行欲望，但旅游企业仍然需要了解文化旅游在行程中需要包含的其他内容。例如，文化旅游可能关于特定事件，例如莫扎特音乐周、印度排灯节等，也可能只是在某个小村庄体验当地生活。但不应忘记，除此类活动之外，中国游客也在寻找其他关键要素，不仅仅是活动，还需要考察考古遗址、国家纪念碑、其他当地日常/季节性活动内容的重要性。“在这个方面，中国游客对基本体验最感兴趣。”虽然特定活动确实吸引了某些更加成熟的旅行者，但中国游客通常较为偏好基本体验，必须涵盖体验当地美食、参观景点等方面。

至于像当地人一样生活，并深入沉浸在特定文化中，辛女士认为，这种“纯粹体验旅游”仍处于成长阶段。“虽然此类产品的受欢迎程度迅速增长，但仅占总体旅游产品的一小部分。自助游游客更倾向于与当地人互动。”

辛女士建议，与文化相关的旅行和行程仍应围绕主要景点展开。行程中还应包括体验当地美食、购物和娱乐。“中国游客对质量的偏好正在不断变化。随着中国消费的持续增长，旅客们开始选择更优质的住宿和体验。”

## 探索文化

在理解新文化的细微差别时，语言是一个关键要素，在境外与新结识的人们开展交往时，语言尤为重要。

辛女士对这一观点表示同意，也解释了为什么中国游客喜欢团队游。

“语言可能是前往新目的地的一大挑战。这也是为什么大量中国游客跟团旅游的原因。对于自助游的旅行者来说，翻译工具的开发有助于中国游客与当地人交流。”辛女士指出：“就科技而言，翻译工具对于促进自助游旅游者非常有效，因为他们现在可以在不需要导游或当地人的情况下轻松旅行。”

另一个方面则是旅游者最终如何与他人传达或分享他们的旅行体验。

“中国游客喜欢在社交媒体上分享他们的旅程。因此，更容易与朋友和家人分享的体验非常受欢迎。其次，中国游客也喜欢购买独特的当地产品。”

产品的质量也十分重要。辛女士建议旅游行业专注于客户体验。“重点不是参观了多少个景点，而是每次观光的深度。中国游客越来越注重质量，所以一定要提供高质量的产品。”

### **新商机**

辛女士认为，随着文化旅游日益升温，带来了许多创造新营收的商机，尤其是目的地产品和服务，因为目前这个领域十分碎片化。

途牛致力于开发产品，让客户能够灵活地组合产品。游客可以选择首选住宿和交通方式，并随意搭配各种目的地产品。因此，游客能够根据自己的喜好，量身定制文化旅程。途牛还提供量身定制的旅游产品，使客户能够根据自身需求，全方位设计心仪旅程，甚至无需是标准化产品。

“我们希望文化旅游产品能够成为途牛增长最快的子细分市场之一。”辛女士总结说。