

从购买商品到体验旅游目的地生活 购物游越来越有文化味儿

新风向

2024 购物旅游产业发展论坛近日在上海举办。该论坛由中国旅游研究院(文化和旅游部数据中心)与比斯特系列联合举办。中国旅游研究院发布了《中国购物旅游发展报告》(以下简称《报告》),这是国内购物旅游产业首份报告,全面解读了中国购物旅游产业的发展现状和未来趋势。

成为旅游消费重要内容

吃、住、行、游、购、娱是旅游活动的六要素,购物已成为人们整体旅游体验的重要组成部分,占旅游消费的比重较高。世界旅游组织将购物旅游视为一种现代旅游形式,游客在旅行决策时便考虑购物需求的旅游被称为购物旅游。购物正逐渐成为旅游消费的重要内容之一,也是旅游收入的重要来源之一。

中国旅游研究院专项调查发现,接近 95% 的受访者在旅行中会购物。此外,游客购物的主动性较强,超过七成游客在旅行决策时有购物计划。超过一半的游客表示,20% 以上的花费用于购物。相比国内旅游,出境旅游的整体花费和购物花费更高。

《报告》指出,旅行留念、馈赠亲友是游客购物的主要目的。近四成游客在旅行中购物是为“旅行留念”,超过三成游客是为“送家人朋友”。为“爱好收藏”和“发朋友圈、抖音、微博、小红书、快手等”而进行购物的游客占比也较高。游客偏爱具有纪念意义和文化特色的产品。具有地方特色的旅游商品(包括手工艺品、旅游食品和各类文创产品等)是游客购物首选的品类,同时也有近七成游客选择购买服装、鞋帽、珠宝、手表、化妆品、香水等。

具有旅游纪念价值和地方文化特色的创新型旅游商品、社交媒体推荐、服务态度、商品标价清晰、购物环境、休闲氛围等是影响游客购物决策的主要因素。

体验本地生活与文化

目前,游客购物场所呈多元化特征。商业街区、特色市集等主流零售场所是游客的主要购物地,选择在商业街区、特色市集和大型商场购物的游客分别占四分之一。游客更加注重文化体验,文创园区、景区、文旅商综合体、文博场馆也成为游客购物的主要场所。购物村、免税店、奥特莱斯等

折扣优惠类购物场所同样受到游客青睐。

《报告》指出,体验性消费趋势使过去只关注商品购买的“旅游购物”逐步转向将购物视为体验活动的“购物旅游”,复合型购物场所正逐渐发展为独立的购物旅游目的地,从购物走向休闲再到文化体验。

中国旅游研究院院长戴斌表示,消费者不仅追求商品的实用性,更加重视消费过程中的体验、文化价值和情感连接。游客在旅行中的购物消费同样如此,旅游购物不再是简单的消费行为,而是与旅游体验紧密相连的活动。

不同于日常购物侧重于产品的功能属性,旅游购物的情感和社会属性显著,游客除了购买地方特色突出的旅游商品外,在旅行中也不乏时尚购物。游客对所购买的商品、购物服务和场所等的满意度还有较大的提升空间,对商品文化特色、购物场所体验活动和休闲空间有更高的要求。

《报告》指出,购物不仅是一种消费行为,也是一种本地生活体验。对游客而言,购物不仅关乎产品、纪念品的购买,也是对目的地的探索和发现,购物是他们了解和体验本地生活的一种方式。文化体验性的购物活动本身就是游客深度体验当地文化和生活的重要途径。比如在云南,游客不仅可以购买到地道的普洱茶,还能够参与茶文化体验,了解茶叶的制作过程和品茶技巧。这种将购物与文化体验相结合的模式,不仅提升了游客的购买欲望,也增强了旅游目的地的吸引力。

打造更丰富的新业态

比斯特苏州购物村以旅行家马可·波罗的故事为蓝本设计,充满浓郁的欧陆风情,游客在此除了购物,还能参与丰富的文化艺术活动。今年国庆节假期,访客量同比增长 20%,销售额同比增长 21%。据介绍,比斯特系列的 12 座购物村分别位于世界著名的旅游城市,是知名的购物旅游

目的地,通过购物、餐饮和娱乐等多种体验吸引游客。

唯泰集团中国区联席主席马克·伊斯瑞尔表示:“比斯特系列致力于打造购物旅游目的地,深耕中国市场十年,通过本土化和创新策略持续提升购物旅游体验。未来,我们将继续与航空公司、酒店、旅行服务商等行业伙伴保持密切的合作关系,共同助力中国购物旅游的高质量发展。”

目前,很多商场、文商旅综合体、购物村、商业街区等核心购物旅游目的地纷纷开展艺术展览、文化演出、非遗体验、美食等文化体验活动,突出线下体验的不可替代性,且已取得了较好成效,部分零售场所成为新的城市地标和购物旅游目的地。

《“十四五”旅游业发展规划》明确提出,推动传统商业综合体转型升级为文体商旅综合体,打造新型文化和消费集聚区,推动建设国家文化和旅游消费试点城市、示范城市,支持老字号企业入驻商业街区、旅游景区,开设旗舰店、体验店,提升旅游购物品质。

《报告》指出未来构建购物旅游目的地的四个方向:强化文化体验,凸显鲜明特色,零售商需注重长期性和本土化,将文化体验与自身独有的历史、地域文化深度结合;重视游客群体,提升体验质量,了解游客的最新需求和反馈,及时调整和优化服务;加强旅游业上下游供应链合作,开发体验性十足的购物旅游线路,改善当前旅游产业价值链上购物环节薄弱的局面;持续推动数字化转型,基于数字技术不断提升线下购物的便利度,进一步丰富购物体验。

戴斌说,购物旅游是建设旅游强国、完善现代旅游业体系的新动力和新路径,世界级旅游目的地建设应把购物消费等生活场景纳入旅游吸引物范畴,真正做到“近悦远来、主客共享”。旅游业是幸福产业、民生产业,需要树立更多美好的、高品质的购物旅游新标杆,推动形成更加丰富的购物旅游新业态。(赵珊)

广东揭阳： 中国 10 公里精英赛 激活文旅消费

在广东揭阳市揭西县,趣味十足的体育赛事不仅点燃了运动激情,更激活了乡村文旅产业的新活力,为当地乡村振兴注入了强劲动力。

11 月 10 日,中国 10 公里精英赛广东首站在揭阳市揭西县棉湖镇举行。除了标准的 10 公里竞赛项目外,赛事还特别设置了欢乐跑项目,吸引一众跑步爱好者及家庭组合热情参与。赛道沿途还设置多个表演加油站和美食补给点,融入舞龙、英歌舞、擂茶等非遗文化元素,为选手们带来趣味十足的体验。

本次赛事举办地揭西县被誉为“粤东后花园”,有着得天独厚的自然生态优势和旅游资源。当地发挥资源禀赋,推出系列活动,让体育赛事带来的“流量”转化为消费的“增量”。(王连香)

青海： 追逐清晨第一缕曙光 拉脊山旅游热度攀升

近期,位于青海省东部的拉脊山,凭借壮丽的日出景色和丰富的自然景观,在社交媒体上走红,旅游热度持续攀升。

凌晨五点半,沿着盘山公路,从山脚向拉脊山口的观景平台驶去,在距离终点两三公里处,来看日出的车辆就已经排起了长龙。观景栈道上不少游客掏出手机相机准备记录下最美的日出瞬间。

拉脊山位于青海省东部,是黄土高原与青藏高原的分界线,海拔 3500 米至 4000 米,独特的海拔高度和地理位置造就了拉脊山辽阔壮观的美景。笔者在社交媒体上看到,有关拉脊山攻略和分享的帖子不在少数,从上山路线分享到最佳观赏地推荐,内容丰富多样。据介绍,随着拉脊山日出景观在社交媒体上传播,目前平均每天来此观日出、看云海、观雪山的游客就达到了 1000 人次左右。今年 10 月底以来,当地累计接待游客达 2 万人次左右。

在观景平台前后 3—4 公里的盘山路两侧,停满了游客的车辆,不仅造成了拥堵,还存在交通安全隐患。在现场,几名交警正在指挥游客有序停车,疏导交通,加强道路交通秩序的管理。(李楠梓)

阳泉市市场监管综合行政执法队

举行《志愿军·存亡之战》观影主题党日活动

市场信息报 11 月 7 日,山西省阳泉市市场监管综合行政执法队党总支组织全体党员干部观看电影《志愿军·存亡之战》,缅怀革命先烈,接受爱国主义教育。

该片聚焦著名的铁原阻击战,以作战参谋李默尹一家三口全部上前线为主轴,讲述抗美援朝战争中第三次战役到第五次战役中的历史故事。影片中,美军仗着先进的飞机大炮和坦克的多重加持,接二连三向朝方阵地发动数轮进攻,有着钢铁般意志的志愿军战士依然奋力坚守阵地,浴血奋战。弘扬了一种崇高的为了祖国和民族利益舍生忘死勇于献身的精神,是一部英勇无畏、不怕牺牲的壮丽史诗,成为我们伟大民族国防事业长治久安生生不息的源泉。影片刻画了志愿军战士们面对强大



的敌人和恶劣的环境,面对饥寒交迫、缺医少药、装备简陋的困境,没有丝毫退缩和让步,依然坚守阵地,奋勇杀敌。展示了他们坚定的意志和顽强的毅力,令在场观影的所有执法人员心潮澎湃,激动不已。

观影结束后,阳泉市市场监管综合行政执法队队员纷纷表示,此次活动,不仅仅是一次缅怀先烈,追寻初心的红色教育,更是一次接受铸魂强志思想洗礼的再教育。在今后的工作中,更要以饱满的工作热情和昂扬的斗志投入日常的市场综合行政执法工作中去,用忠诚和担当擦亮市场铁军底色。以人民为中心,全心全意服务人民,维持市场安全稳定的秩序,为迎接即将到来的新一轮节日市场做好前期准备。(孟生旺 文/图)