

1元抢 610 元国内游券、9.9 元抵 450 元酒店优惠券!“双 11”旅游优惠多

追求品质和体验,银发族消费日趋理性

“双 11”旅行社推出多重优惠活动

这两天,“双 11”预热活动在各大电商平台如火如荼地开展。记者发现,一些旅行平台也推出了多重优惠产品。

“薅羊毛”最热门的平台莫过于飞猪旅行社,涵盖了乐园、酒店、机票等数十项优惠活动,无论是乐园门票,还是周边游、国内游、境外游,都有对应的多款优惠产品供消费者选择,数量多到“根本挑不过来”!

比如,花 9.9 元就能抵扣 450 元希尔顿酒店的优惠券;1 元便能抢到 610 元国内游券包,在“双十一”期间内可抵扣任意一款飞猪独家产品;以及 1 元就能抢到香港迪士尼乐园 180 元优惠券,可用于抵扣 1 日门票和肩膀公仔。

记者从春秋旅游了解到,今年“双十一”期间,春秋旅游也在线上同步推出“1111 撒欢旅游节”,从 10 月 24 日上午 10 点持续至 11 月 21 日晚十二点,优惠形式主要以满减和每日整点秒杀为主。

其中,最吸引眼球的莫过于每日上午 10 点的整点秒杀活动。记者看到,10 月 25 日的秒杀产品是 4 日 1 晚的长白山自由行,599 元的价格涵盖了往返机票和一晚的长白山酒店。

记者在春秋旅游 APP 上发现,如果是市民游客自由出行,光是从上海出发到长白山的来回机票价格,再加上机建费和燃油费,总共就要花费 760 元。而该项秒杀产品内的长白山某假日酒店的入住费用也要 500 块钱一晚。由此可见,这个 599 元含机票和一晚酒店的秒杀产品可以说是相当划算。

春秋旅游的工作人员也向记者透露,雪季将至,长白山等冰雪度假产品一直受到不少消费者的青睐,很多人会选择现在提前“下手”,以免等到冬季滑雪旺季时机酒价格翻上几番。

另外,每日整点秒杀的旅游产品活动也并不相同。记者发现 10 月 26 日上线的秒杀产品为上海飞厦门 4 日 3 晚自由行和上海飞日本佐贺 5 日 1 晚自由行,两者价格均为 699 元,前者包含往返机票和 3 晚入住酒店,后者包含往返机票和首晚酒店。记者对比前往两地自由出行的机酒价格发现,这两款秒杀产品的价格也很划算,节省了约一半的费用。

记者翻阅社交平台发现,今年双十一旅行产品大促也引发了网友们的热烈讨论——“已经把自己买昏掉了”“把明年上半年的旅行都囤好了”……不由得产生一个疑问:此次优惠力度颇大的大促时机,是否延伸到同样热爱旅行的银发人群的讨论圈?记者联系到了 3 位有着数十年旅游经验的“资深”旅游达人,听听她们的看法。

不相信大促价、不喜欢临时“抢” 银发族对“双 11”旅行产品说“不”?

携程此前发布的报告《2023 银发人群出游行为洞察》中显示,中老年人群已成为我国旅游市场第一大客源。尤其是今年以来,55 岁以上人群出游数量同比去年同期增长近 2 倍,55 岁以上人群出境游订单同比去年同期增长 5 倍多。

去哪儿大数据显示,今年十一长假期间老年人出行占比达 7%,长假后老年人出行占比逐渐增高,重阳节后出游的老年人,占比超过 11%。

59 岁余阿姨在重阳节前一天和丈夫一起到江西旅游,周末记者电话采访时,二人正从景德镇回到九江的一家酒店内。提及这段旅行,可以用“一时起意”来概括。

“这次就是挺偶然的一个小旅行,我老公两个礼拜前在网上刷到这个团,一看时间、路线都合我们心意,就马上报名了。正好我们前段时间家里在忙装修,现在处理完了就想来个游放松一下。”余阿姨告诉记者。

类似这样临时兴起的旅游次数,余阿姨已经数不清具体有多少趟,只记得从儿子出生起便经常发生,而余阿姨的儿子今年已经 33 岁。三十多年的时间里,从自驾到江浙地区的周边游,再到国内游、国际游,余阿姨一家的旅行足迹已经遍布全球各个角落。

而在这么多年的旅游经历里,余阿姨告诉记者,她自己从未参与抢购过“双 11”“双 12”等大促节日的旅行产品,归根结底还是源于她对这种大促节日的“不信任”。

在余阿姨的描述中,她也曾积极参与过“双 11”的活动,甚至花几个星期的时间去做功课,对比价格,当天半夜十二点再从睡梦中爬起来抢购所需商品,只为了买到当时商家所宣传的“最低价”,直到 2018 年。“那时候我要买狗粮,过了一段时间再去发现价格根本没有变动,和双十一的价格是一样!”

感觉到“被欺骗”的余阿姨自此不再关注大促节日,连带着也不相信旅行社在此期间推出的优惠旅行产品。“我不认为旅行社会真心诚意地把特别的优惠价放在这个时间拿出来,他们平时也会有一些优惠活动,并不是‘双 11’‘双 12’这些时间才有优惠,我不一定非要赶在这些时间里去凑热闹。”

在余阿姨看来,旅行社所推出的优惠活动是根据实际情况变动的,在出游高峰期,一些旅行产品就会卖得贵;而当旅游市场从火热回归理性的时候,旅行社又会拿出一些优惠产品吸引游客,平时还会推出一些尾单产品,即旅行团临行前,因各种原因而产生的旅游余位,再以低价售卖出去。

71 岁高阿姨就在朋友的推荐下,加入了几个尾单群。

群里经常会更新各个旅行社的尾单信息,奉行“说走就走”理念的高阿姨,有时候刷到了“对胃口”的路线也会去体验一下。但体验过三次的高阿姨对尾

单群还是保持观望为主的态度,不敢轻易“下手”。

“前年我在群里报名过内蒙古呼伦贝尔草原的旅行团,按照群里说的尾单价付了钱,结果到了那边又说有 7 项额外收费项目,每个人必须选两项。一个项目最低也要 298 块钱,吃茶点也要算在收费项目里面。如果不答应付钱的话,对方脸色就不好看了。”高阿姨向记者回忆起当时的经历,仍觉得很有压迫感,“我不喜欢这样,我觉得大家出去玩应该是很开心很放松的,不能强制我做什么。”

不过,高阿姨也认为,尾单群里的旅行产品参差不齐,是否能遇到靠谱的领队也需要“看运气”。由此,“不愿将时间和精力花费在‘吃不准’的事情上”也是高阿姨不参与抢购“双 11”旅行产品的一个原因。

“因为我不太喜欢这种临时抢的,我觉得都未必靠谱。我要出去旅游的话是根据我的兴趣,不是因为买了票才要去。比如我最近想去国外某个地方玩一下,我就会看看有没有那个地方的旅游团路线,或者找朋友一起定制团。”

61 岁的秦阿姨,也和高阿姨有着同样的旅游理念。“我出游一般不会因为什么节日的促销而参加行程,我一般都是自己想去哪里就选择适当的时节去。还是会看具体的行程是否对自己的胃口,不对胃口再便宜也不会去。”

从被低价吸引到追求舒适旅行体验 银发旅游消费观正在发生改变

对于没有选择旅行平台在大促时间内推出的优惠产品,高阿姨还向记者表现出另外一层顾虑。“这么大的促销节点,关注的人肯定很多,一个团里报名的人就会很多,玩的过程中就会发生各种事情,体验上就会不舒适。我还是喜欢小团,甚至十几个人的中团,人太多不行的。”

记者从携程报告中发现,追求更好的品质和旅行体验,已成为不少银发族的新选择,他们愿意探寻更远的世界,并为更好的旅游品质支付更高价格。与此同时,老年旅游市场也呈现消费分化特点:一二线城市及经济发达地区老年人出游经验丰富,更注重品质和新鲜感,追求休闲和度假的比例更高;而县域及农村地区老年人,更注重性价比和打卡观光式旅游,“一口价”是更受欢迎的方式。

高阿姨也告诉记者,她平时出游更倾向于找熟悉的旅行社工作人员做定制团。“钱花得多一点没关系,只要能住得好、行程不要太赶、不要购物,满足这些条件就够了。”

全国老龄委的调查显示,目前我国每年老年人旅游人数已经占到全国旅游总人数的 20% 以上,银发族已经成为文旅市场的重要消费群体。什么是银发族感兴趣的“战场”也是当下文旅行业需要摸索的地方。

晨报记者 陈燕菁



制图/黄欣