

千份问卷告诉你山东人最爱去哪亲子游

带娃去旅行,要问妈妈去哪儿



近日,本报就山东省亲子游市场展开问卷调查,内容涵盖亲子游出行人群、出行方式、目的地选择等方面,共收回有效问卷1127份。调查显示,我省消费者对亲子游出行意愿整体持积极态度,亲子游市场出现周边短途出游受欢迎、低龄化出游人数增多、定制游意愿强烈、更加注重出游品质等趋势。

本报记者 王逸涵 张琪

近9成受访者认为:亲子游属必要消费

记者采访发现,越来越多的家长认为亲子旅行是一种寓教于乐的教育方式,并越发重视外出旅行对孩子的教育价值,有88.2%的受访者认为亲子游属于必要消费,可以“增长孩子的见识,增进亲子感情和学习人文文化”,是不能被其他方式所替代的。

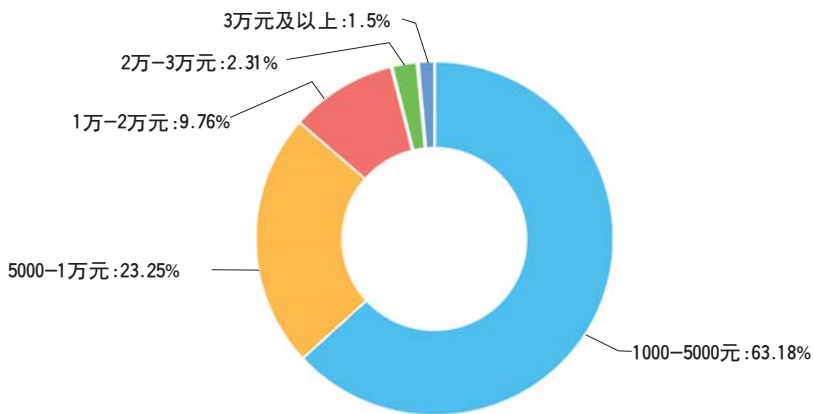
亲子游正呈现出儿童低龄化的趋势。统计显示,3-12岁儿童的家庭占比最大,约占亲子游客群的9成,其中3-6岁儿童的家庭占78.8%。低龄儿童出游人数的增多,对相应亲子配套设计、行程安排提出了更高要求。在参与亲子游的家庭成员中,63.5%为孩子父母,其中女性超过八成的占比,出游意愿更强烈,成为出行主力。不少女性

消费者还会组成“妈妈团”抱团出游,既能让孩子们互有玩伴,又能给自己一个外出的机会,带娃休闲两不误。

“大人的时间”成制约亲子游出行的最大要素。在亲子游出行的时间安排上,一般多集中在周末、国家法定节假日和寒暑假,家长无须请假即可陪孩子出游。而考虑到孩子的承受能力、出游时间、行程安全等因素,亲子游消费者更倾向周边短途旅游,其次为省内游和国内长线游。

在出行交通方式选择上,随着私家车保有量的持续上升以及自驾产品的不断丰富,使得自驾出行成最受亲子家庭青睐的方式。同时,高铁也成为亲子家庭出行的重要选择。

目的地选择偏好:滨海旅游热度最高



在亲子游目的地的选择偏好上,海岛游一直保持较高热度,超半数受访者投票给海岛、海滩等滨海旅游;而除去季节气候因素的影响,较受欢迎的亲子游目的地为“历史文化古镇、博物馆或科技馆、主题公园、自然乡村”。

随着消费者旅游需求的不断提升和旅游产品的更新迭代,家庭定制游也成为了比较受欢迎的亲子游新玩法,家长可以根据孩子的性别、年龄段、兴趣及出游预算

等自由选择交通、住宿及游玩项目,他们多数会选择与同事、亲友的家庭拼团出游。

从齐鲁晚报·清大研学主办的研训营中发现,不少中小学家长对研学旅行的需求进一步释放。具体细分需求方面,各类科普主题和文化深度体验夏令营,成为热门关注方向,如自然文化、民俗文化、科技文化等主题研学旅行均深受家长们欢迎。

每年在亲子游上的花费有多少?约63.18%的消费者投票给“1000至5000

元”,23.25%的消费者投票给“5000-10000元”,还有9.76%的受访者每年用于亲子游的花费在“1万-2万元”;另有少部分家长表示:“只要孩子能玩得安全,玩得开心,学有所获,钱不是最重要考虑因素。”

在亲子游吃住细节方面,受访家长们最看重安全性、便利性、舒适性;出于对孩子的健康考虑,食品安全、酒店卫生清洁程度,以及床品的舒适程度等也比较为家长所看重。

亲子游还需细化产品标准和服务

在参与亲子游最不满意的问题中,有四成以上消费者认为“都是走马观花式的纯观光游,缺少参与性、娱乐性或教育性的产品”。

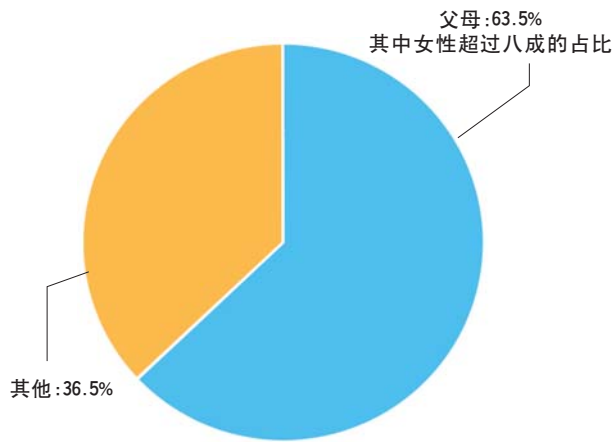
不少旅游线路打着亲子游的旗号,实际产品和普通线路并无太大区别,导致游客满意度低、不愿带孩子外出旅游。也有家长表示,“近郊类的旅游景点在开发上还远远不够,不管是景点的趣味性、深度还是服务水平,很多都是浅尝辄止,很多景点去一次基本就够了,希望能

有更多经得起反复推敲,反复探索的景区出现。”

调查中,还有家长呼吁旅游企业能为亲子家庭客群提供多样化产品和高品质的服务体验,“多组织些适合带二娃出行的路线,现在老大10岁左右,老二3岁以下的家庭很多,需求不一样,节奏不一样,很难同步。”多名家长表示。

对此,有旅游专家表示,相较于一般旅游产品,亲子游对于产品质量的要求更高,产品要充分考虑父

母的便捷性、儿童适应性以及出游的体验性,这些因素都会影响消费者对产品的选择。在旅游学者王晨光看来,亲子游群体庞大,只有将亲子游体系不断深挖,设立更细化的产品标准和服务,才能满足各类型家庭的需求;而在开发亲子游项目时,一定要先做市场调研,分析地区文化、地域特色和游客的消费偏好,注重游览项目的更新换代,加强景区产品的原创能力、加强体验项目和文化元素的注入。



别光谴责“娘炮”了,多带孩子去旅行冒险吧



温涛

看了一篇文章,里面说到一个引发热议的故事,事关旅行,主人公是位姑娘,来自以色列。

说是去年2月,以色列21岁的女生Zohar Katz在秘鲁旅行时突感不适,前往当地医院就医。医生诊断,她是被某种罕见昆虫咬伤引起血液感染疾病,状况危急,需全身输血,每天需要十多个血袋,治疗要持续半月左右。而秘鲁当地血库告急。新闻传出四天后,以色列民间慈善机构捐助的一百袋符合条

件的血袋及血液科医生,一起飞往秘鲁,Zohar获得救助并恢复健康。

这个事件引发了网友的热议,赞叹以色列社会中大众的行动力、同情心的同时,也惊诧于这个年轻人旅行的勇气和以色列社会对此的包容,其背后折射出以色列社会对于学生旅行的态度。

在孩子成长的过程中,家长总会面对一些抉择,要不要让孩子去参与一些有危险的活动,例如爬山、骑马、潜水、滑雪、爬树、野外求生等。在以色列,无论国家、社会还是家庭教育,几乎都是认定培养孩子冒险精神是重要的。人们相信,这对于培养孩子的勇气、独立性、自信心与开创性有极大的帮助,所以学生的旅行被当作个人成长非常重要的一环。

这种鼓励孩子冒险的

教育,与日本的磨炼教育异曲同工。日本也是一个比较注重孩子吃苦教育的国家,小朋友常年四季都穿短裙短裤、雪中进行冷水浴的画面,大家都已经司空见惯。

由此想到了最近媒体和舆论痛批的年轻人“娘炮”现象,“油头粉面A4腰,矫揉造作兰花指”,这些辣眼睛的“小鲜肉”的做派,引起了人们的反感、谴责和炮轰:年轻人的阳刚之气哪里去了?

这是一个不小的社会话题,以我的观察,“娘炮”现象的种子,早就种下了。我觉得,大众媒体的影响只是一方面,其实还有多方面的因素:孩子小的时候,多是妈妈带,父亲的陪伴匮乏,甚至缺失;上了学校,小学的女老师能占到90%以上;孩子缺乏运动和锻炼,现在电子产品多了,就更宅了;考虑到安全因素,对于远

足、踏青、旅行这样的活动,家长、学校通常都慎之又慎……那些劳其筋骨、饿其体肤、苦其心志的磨炼,就更谈不上了。

所以,我们先别忙着谴责“娘炮”了。重要的是,从现在起,尽量给孩子们更多磨砺身心的机会吧!除了运动,路途可近可远的旅行和探险,无疑是很好的选择,既可以强健体魄,又能培养互助协作精神。山不过来,我就过去,想一下,那些翻山涉水、皮肤黝黑的背包客,哪一个娘娘腔呢?

有人这样忠告海外旅行的年轻人:“走到比较难走和危险路段时,若碰到以色列年轻人,就跟紧一点,如果你碰到困难,他们一定会留下来帮助你!”

希望有一天,这样忠告里的以色列年轻人,换成咱们中国的年轻人。

60箱好酒回馈 60名老读者

双节来临之际,齐鲁晚报特推出60箱纪念酒回馈60名老读者,即日起开始接受预定,原价798元/樽,回馈价1200元/箱,每箱6樽(包邮费)。

齐鲁晚报30周年纪念酒,选用优质高粱、小麦、大米、糯米、玉米五种粮食为原料,采用传统老五甑工艺结合现代酿酒技术,经150天双轮固态纯粮发酵,原酒经天然洞藏而成,堪称“液体黄金”。酒体口感纯正、窖香浓郁、绵甜甘冽、陈香舒适、醇厚丰满。市场上同等品质的白酒,价格都在每瓶700元以上。

纪念酒的酒瓶为景德镇高档陶瓷瓶,瓶底有一同烧制而成的“景德镇瓷”标识,陶瓷瓶不同于玻璃瓶和其它瓷瓶,尤其适宜白酒的储存和酒质的再次老熟。晚报30周年纪念酒,无论是酒体的专业性把关,还是酒瓶、包装等都做到了匠心考究,每一瓶纪念酒信息都可源头追溯。知名专家徐岩教授为齐鲁晚报30周年纪念酒品鉴并署名点评:“窖香幽雅、绵甜柔顺、香气协调、尾净余长、酒体很干净、无杂味”。预订电话:0531-85196866 15634101919。