

分析/

暑期海外游学：井喷式增长的背后，是全面繁荣还是亟待破局？

p2



榜单/

毕业季出行榜单：95后偏好体验感丰富的深度游

p3

资讯/

首都航空新开“青岛—马德里”航线将于10月31日启航

p4



TRAVEL LINK DAILY 微信...

Travelink 旅业链接 Daily

Be part of our newsletter evolution.

08/09/2017 P1

信息发布/info@tlmchina.com

Be part of china tourism evolution.

广告合作/ad@tldchina.com

UAE Travel Specialist
阿联酋旅游专家

立刻学习

visitUAE

Seven Emirates One Destination
七个酋长国 一个目的地

九寨沟突发地震 多家旅行社启动突发应急保障机制



北京时间8月8日晚21时19分，在四川阿坝州九寨沟县(北纬33.20度，东经103.82度)发生7.0级地震，震源深度20千米。地震发生后，国家迅速组织力量救灾，全力以赴抢救伤员，疏散安置好游客和受灾群众，最大限度减少人员伤亡。面对突发状况，携程旅行网、途牛

旅行网、蚂蜂窝、中青旅、众信旅游等多家旅行社及OTA纷纷启动应急机制，保障游客的安全，并提供力所能及的帮助。与此同时，四川航空、中国国航等航空公司也迅速反应，在各自微信公众平台及微博中发布免费退改票政策，并均表示将尽快接回滞留游客。

俄罗斯远东电子签系统本月8日上线

从今年8月起，包括中国在内的18个国家的公民可以持电子签证前往远东5个地区。欲领取电子签证的外国公民须在入境前的至少4天登陆俄罗斯外交部网站填写电子申请表。电子签证自签发日起30天内有效，每人每次入境后可最多在俄境内逗留8天，申请电子签证完全免费。

[点击查看更多内容](#)

携手万豪国际成立合资公司 飞猪“全球游”铺设三大高速路

2017年8月7日，阿里巴巴集团与万豪国际酒店集团宣布达成全面战略合作：集合优势力量成立合资公司，运营飞猪万豪旗舰店、万豪中文官网、万豪无线端中文App。据悉，该合资公司将管理万豪国际在阿里巴巴旗下旅游出行服务平台飞猪上的万豪国际集团旗舰店。该旗舰店可直接面向阿里巴巴的用户进行市场推广、连接万豪国际忠诚计划与阿里巴巴忠诚计划、并为万豪国际旗下全球酒店提供针对中国旅行者定制的内容、项目和推广活动。

瑞士 欧洲铁路公司

RAIL EUROPE

瑞士旅行通票超级明星
Swiss Travel Pass SuperStar

立即注册并学习瑞士旅行通票超级明星专家课程，不仅可以积分兑换限量精美礼品及瑞士旅行通票，更会有机会在学习期和销售期赢取丰富奖品，甚至免费参加瑞士考察团，在瑞士作实地考察和游览，亲身感受瑞士交通系统的舒适和便利，探索瑞士的自然风光！

立刻学习 ▶

MELBOURNE Australia AIR CHINA TRAVEL

墨尔本行动
MISSION MELBOURNE

畅游维州，开启你的墨尔本行动！

立刻扫码

企鹅乐园 现金红包 维州考察

赢取缤纷好礼，更有机会畅游维州！

活动最终解释权归澳大利亚维多利亚旅游局所有

暑期海外游学：井喷式增长的背后 是全面繁荣还是亟待破局？

近年来，暑期游学的热度持续增长，今年我国暑期游学项目表现尤为抢眼。在近日途牛旅游网对外发布的《在线海外游学市场消费分析 2017》中不难看出，超 6 成家长有较强的游学产品消费意愿，同时花费均超过 2 万元。除感叹市场潜力巨大、发展迅速以外，笔者同时也感受到了社会上对于游学产品价格虚高、内容不实的唱衰声音。比如曾经火热一时的朋友圈 10 万 + 转载文章《月薪三万，还是撑不起孩子的一个暑假》，文章作者坐拥高薪但仍旧被学生游学产品过高而做着艰难的抉择。

那么本应该增长学生眼界、促进儿童全面发展的“教育 + 旅游”模式实则是被游学机构、旅行社甚至民间组织花样放大还是正在阵痛中转型，寻求符合当下市场需要的道路？

市场现状

“澳大利亚私立中小学插班 + 海豚岛生态课堂 + 寄宿家庭”、“和贝爷一起去冒险，旅游带你走进英国户外营地之 13 日荣誉童军营”、“宾夕法尼亚大学全真课堂深度体验游学营”……这些品类繁多的游学产品看似花样百出，但经过记者的调查，这些产品的“生产商”基本出于几个渠道：学校（配合教委专职部门审批）、旅行社、留学机构或教育机构，甚至有民间组织基于自身资源而自发组团。

而就今年暑期的预定情况而言，国内最大的 OTA 携程旅行网游学产品预订人数与去年同期对比涨幅 30% 左右；东南地区最大的旅行社广之旅国际游学中心总监王女士也表示，近几年游学产品的收客情况一直很稳定，今年的收客量同比去年增加了一倍。

此外在谈及游学目的地时，马总表示英国、澳洲、新西兰、美国、加拿大、新加坡、欧洲等均为今年的热门选择。这与此前同程旅游网的数据基本相符，相对安全、教育文化氛围强的境外目的地备受家长与学生的青睐。

对于游学产品的受众，大部分针对的人群在中学、大学生之中，但有北京某知名教育机构游学顾问告诉记者，实际上参与人群低龄化也正在成为主流趋势，有出国学习计划且曾经有国外旅行经验的小学生也大批走进游学大军之中。

何为海外游学

所谓海外游学的概念最初起源于欧洲，其根本目的在于在实际环境中学习和练习语言，感受不同文化，海外游学在国际上有着近半个世纪的发展。如今由于国人生活水平、收入的不断提高，对优质教育的渴望促进了高收入阶层的家庭对国外教育的消费欲望，而游学作为了解世界教育资源的一个窗口，自然也在国内被大家喜爱和热追。根据此前的《2016 年国际游学发展报告》显示，中国国际游学每年以 20% 以上的速度增长，报告预测，10 年后，中国国际游学将成万亿级市场。如此庞大的数字背后，到底是怎样的海外游学产品支撑着市场的发展呢？

笔者通过近期的调查发现，不管是哪一种组织方，其实目前海外游学的模式主要分为名校体验、国际课堂、夏令营、营地教育这几个品类，无论是与当地学校互通互联还是参与到营地体验，游学产品的教育属性都在占据越来越多的份额。但与此同时，对于教育的所占比例又没有明确的划分，显得模糊不清。

而作为游学产品的买方——家长，对于游学产品的认知反映出目前海外游学产品的细分化程度不均衡。北京市某中学一家长刘女士告诉记者，最近几年的暑期都有帮孩子报名参加海外游学的活动，在筛选游学产品时，她最关注的除了目标国家的安全系数、学术氛围以外，最重要的还要明确自己看中的产品中游中学的结合程度。起初孩子参加过走马观花式的游玩儿反馈的效果并不好，学的东西不成体系，玩儿的又很不尽兴，这对孩子的发展起不到促进作用。而与此同时，一位史家胡同小学低年级部的家长认为，孩子由于年龄的缘故，在参加海外游学活动时并不希望太专注于对课程的学习，反而是在玩儿中培养更好的生活能力、表达能力才是最重要的。

所以“旅游 + 教育”的模式既要以教育为核心内容，结合目标群体的需求开发产品种类、合理分配教育所占比例，同时也要关注旅游这个落地形式所带来的作用，让“玩中学”不再是一种口号，而是达到游学双平衡的状态。

“教育 + 旅游”的路在何方？

去年 11 月份，教育部等部委颁布的《关于开展中小学生研学旅行的意见》中提到将研学旅行纳入到教学计划，使研学旅行上升到国家战略高度。这实则是对“旅游 + 教育”大市场的一剂强心针。而面对如此广阔的市场，旅游从业者在开发海外游学的道路该如何正确的前行呢？

--- 打破类化产品 合理开发环节 促进产品竞争力

日前有外媒发布消息称，今年暑期中国夏令营人数创纪录塞满英国，而最重要的一点是，不同机构、旅行社组织的游学团线路惊人的相似。这其中不乏牛津、剑桥等游学团的“朝圣之地”、爱丁堡艺术节主题游等等。庞大游学团组的造访除了影响到当地人的正常生活，其实在同一时段前往同一地点，对于游学的主体学生而言，除了看到“人人人”的盛况，也做不到用心体会当地的文化氛围，最终效果适得其反。

对于旅行社而言，做出符合目标客户的产品并同时占据一定的市场占有率，靠的一定是与众不同的“个性”。就拿英国这个游学游大国来讲，英国知名地接社负责人宋先生曾表示：“英国本地的游学资源相当丰富，而不单纯是市面上看到的学府游览和专家讲解这么简单”，相较于曾经合作过的教育机构和旅行社来说，越来越多的一二线城市目标群体对于知识的获取、行程安排的趣味性以及讲解的专业程度都有极高的要求，所以这也促使诸如与皇家学院学生交流互动、学习餐饮、园艺甚至直接融入到当地营地等新形式应运而生。

除此之外，对于小众目的地的开发也有极强的“吸睛”功能。欧洲市场今年的复苏态势强劲，其中中、东欧市场成为黑马。这让很多业者抓住机遇，开启了捷克戏剧主题游、匈牙利军事夏令营等等。

从这些新变化中记者感觉到，其实旅行社的强项便是作为中间环节的整合资源能力，那么对于各个目的地人文、自然、营地等不同的优势，如若恰当结合并勇于创新，或许整个游学市场便可以摆脱传统的“景点 +”模式，华丽转身为运用丰富场景资源打造“旅游 + 教育”的新路数。

--- 专业人做专业事，学游巧开发

在与多家旅行社及 OTA 游学部门负责人交流中，记者了解到对于旅行社来讲，发展游学产品除了依靠自身丰富的目的地资源外，重点还要放在“学”上。一般旅行社的模式通常是与海外院校直接合作，延伸开发海外课程及主题探索旅游；或将目的地原汁原味的营地内容搬进行程，配合实景教育，加强学习效果；此外，部分城市或地区的教育委员会根据该地区学校及学生情况，自主开发适宜课程，通过审批流程与高质量旅行社合作推出产品，并通过学校为途径进行招生。

对于希望做精游学产品而不愿流于形式的旅行社而言，无法自主开发课程成为了最大的阻碍力量。故而大多数旅行社选择了与海外院校或教育机构直接合作，比如此前，凯撒国旅与史彬顿教育合作，开创“留学 + 游学”的一体化模式；广之旅则与海外院校直接合作，编排国际多样化的教育内容和实践课程，融入家庭住宿模式，打造精品游学产品。

面对监管不严的游学市场，从家长口中的反馈中记者发现，目前很多地区教育委员自主开发课程的国际游学项目目前成为家长比较追捧的模式。当记者咨询相关国际教育课程开发情况时，北京市东城区国际教育交流中心的王主任表示：“鉴于目前‘教育 + 旅游’已经上升为国家意志，那么作为北京市东城区教委下属的机构，除了对面向学校的游学团进行监管外，我们还要用国际教育核心素养丰富“教育 +”的内涵。主要举措便是从本区的学生主体出发，开发‘澳大利亚文化探索’、‘俄罗斯历史文化’等国际教育课程。”同时，配合业内高水平旅游团队，共同建立安全、实用且价格合理的游学产品。

--- 把控实际流程，注重实施

游学产品不同于其他旅游产品，产品涉及的主体就要求旅游从业者需要倍加注重每一个环节的衔接和实施。由于游学产品属于跨界范畴，游与学两个板块会涉及到多方负责人员，这对于项目经理人有着很高的挑战。

学生出游，最重要的始终是安全。对于旅行社而言，合理的安全保障措施以及遇事后的快速解决方案颇为关键。此外团队配备的随行领队、教师的素养，对于游学团队也起着关键性的作用。中国和平国旅加拿大游学负责人齐小姐表示，经过多年成功的加拿大游学团组操作，她认为在教师的配备上应结合本团组的主题，加入有相应学术背景的教师或领队人员，在行程中帮助学生进行专业的辅助，最终达到更好渗透知识的效果。

毕业季出行榜单：95后偏好体验感丰富的深度游

综合前期天巡 Skyscanner 平台所发布的毕业季问卷和统计数据，我们可以看到 95 后学生群体个性鲜明，注重旅行中的舒适度与体验感，对出境自由行有极高热情；在目的地选择上不止于日韩、欧美等热门目的地，更多 95 后开始关注冰岛、挪威、巴基斯坦等小众目的地。此外，不同于 80 后，新生代学生群体更多的将旅行作为丰富自身经历、开拓眼界的重要方式之一。



日本位列最受欢迎毕业旅行目的地首位 小众目的地受 95 后群体关注

据数据显示，最受学生群体欢迎的毕业旅行境外目的地前十名依次是：日本、韩国、泰国、美国、香港、法国、俄罗斯、英国、新加坡和意大利。亚洲国家占据热门目的地 TOP3，日本、韩国和泰国的搜索频率也远超其他境外目的地，其中日本的搜索量是其他目的地两倍；泰国等东南亚目的地凭借低廉的出行价格以及便利的交通，仍然是学生群体毕业季旅行的热门目的地。

值得关注的是，在调查所覆盖的国内城市的学生群体中，日本是最受大学生欢迎的目的地榜单第一名。自 2017 年四月份开始，日本驻华大使馆宣布实施更加宽松的旅游签证政策，使得日本对国内自由行旅客的吸引力持续上升。除此之外，靠近中国的地理位置以及相对安全的环境都更加适合学生群体出行；再加上日剧、动漫等文化产品在国内外年轻群体中的影响力都在不断提升 95 后对赴日旅游的关注。

此外，据调查显示，中国一二线城市的学生群体对境外目的地的选择偏好呈现出一定的地域差异性。美国和泰国等常规热门地在所有城市的学生群体调查中均排名靠前。北京、上海、广州这三个一线城市的毕业生群体均对去美国旅行流露出极大兴趣；对比身居北上广的学生群体，西安、成都、杭州等城市的同学们对小众目的地流露出较大的兴趣，例如冰岛、挪威、瑞典、巴基斯坦等地。

学生群体出境游次数呈现两极分化 偏好体验感丰富的深度游

不同于 80 后，95 后学生群体更注重旅行体验，在旅行开销上面花费更多预算。调查结果显示，超过 78% 的学生将毕业旅行规划为 7-10 天的长线旅行，愿意花更多的时间去体验旅行，而不是走马观花看景点。其中 37.1% 的同学将毕业旅行的预算设为 10000 元以上；美食、购物、艺术展等深度体验项目成为 95 后旅行消费中的重点。

在参与此次调研的学生群体中，超过 60% 的同学都有 2 次以上的出境旅行经验，体验当地文化、品尝美食、购物、休闲娱乐释放压力是学生群体出境旅行最看重的旅行体验 TOP3。根据调查结果可以看出，95 后学生群体在影视和文学领域涉猎广泛且多样，因此在选择旅行目的地和景点时会更加关注文艺作品中提及的地点；品尝美食也是这个年轻群体在旅行过程中非常注重体验，寻找美食也成为旅行中重要的组成部分；此外，95 后在旅行途中重视“体验”之外，有超过 60% 的被调查者认为在美丽的目的地放松心情、释放压力也是非常重要的旅行目的之一。

在旅行体验上，年轻、富有创造力的 95 后们呈现出与其他群体的巨大差异，疯狂购物、“上车

睡觉，下车逛景点”的旅游“套路”并不是他们的旅行方式。有接近 70% 的学生选择与 2-3 位好友结伴，为毕业旅行规划超过一周的自助游行程，用“深度游”告别走马观花的旅行方式。其中释放学业压力、体验不同生活成为学生群体出境旅行的首要目的，但是考察学校、做国际义工自我挑战，也逐渐成为 95 后毕业旅行的意义之一。

95 后性价比意识显著提高 旅行方式日趋成熟

在旅行行为方面，95 后学生群体的出行方式并非无节制消费，反而更注重出行的性价比，善于提前规划行程，提前做好旅行攻略。根据调查显示，70.2% 的学生希望毕业旅行能与同学一起自由行，但仍有 35% 的同学选择独自旅行，向人生另外一个阶段迈进。在预订机票方面，有 24.5% 的大学生提前 12 周就开始“紧盯”机票价格走势，适时购买低价机票。而根据天巡此前针对全球出境游客的预定周期调查发现，中国普通游客预定周期仅仅提前 40 天。而 95 后出境旅行预定提前了 8-12 周，说明了 95 后大学生旅行出行方式越来越成熟，出境度假概念越来越深化。

机票预定方面，64% 的毕业生选择提前规划出行时间预订机票，只有 3% 的同学会选择说走就走的旅行方式。另外，有近 50% 的同学会在出门前制定详细完备的出行攻略，不少人还为自己贴上了“超会买打折机票”和“朋友圈旅游大神”的标签，可见 95 后非常善于规划，注重性价比。

综合此次毕业季调查数据，不难看出 95 后学生的出境游的目的及消费习惯呈现出多样化趋势，对小团体结伴深度游青睐有加，旅行方式和行程规划技巧日趋成熟。在旅行途中，他们也更加注重对旅游地文化和美食的体验，这个相对年轻的群体对冒险体验也表现出极大兴趣。此外，学生群体的消费并非无节制购物，在消费水平提高、可支配经费更加宽裕的同时也更懂得精打细算、合理分配花销，收获高性价比的旅行。

爱尔兰旅游局携手 HBO 推出《权力的游戏》主题线上线下互动活动

近日，《权力的游戏》第 7 季开播大热，带火一众海外取景地。北爱尔兰作为全剧主要取景地之一，为剧迷们展现了从临冬城到铁群岛这些令人难忘的地点。今年夏天，爱尔兰旅游局携手 HBO 原创之家“鼎级剧场”，开展一系列线上以及线下活动，为中国的剧迷带来全方位《权力的游戏》体验，更有机会赢取北爱尔兰双人游大奖。

7 月 21 日至 8 月 13 日，《权力的游戏》主题活动将登陆北京颐堤港以及上海港汇广场。

在高仿真的现场，剧迷们可以亲临龙石岛、穿越凛冬北境之地，更能与火龙互动，亲眼见证龙焰的威力。

国航哈瓦那营业部开业 拓展加勒比旅游市场

中国国际航空公司（国航）哈瓦那营业部于本月 3 日正式开业，旨在带动中国游客赴古巴乃至整个加勒比地区的旅游。

中国驻古巴大使陈曦在当天举行的开业仪式上说，北京至哈瓦那直航线路的开通在中古两国及中拉人员交流方面发挥了重要作用，国航哈瓦那营业部的开业将进一步推进双边旅游与空运合作。

国航古巴分公司总经理张欣表示，古巴乃至整个加勒比地区旅游市场潜力巨大，国航一直致力于开拓该区域并不断研发相关旅游产品，促进中国游客来这里旅游。

首都航空新开“青岛—马德里”航线将于10月31日启航



近日,首都航空新开“青岛—马德里”航线将于2017年10月31日启航,每周3班,班期为每周二、四、六。搭配此前开通的“杭州—成都—马德里”、“杭州—北京—里斯本”航线,首都航空打造了丰富的中国至西班牙、葡萄牙的直达航线,让旅客拥有更多选择与舒适体验。

《战狼2》票房突破30亿赴非航班预订量激增



近期,电影《战狼2》点燃整个暑期档,票房已突破30亿元,而影片的拍摄地非洲也吸引越来越多的游客前往。据携程旅行网统计,飞往非洲的航班预订量已经呈现大幅增长趋势。

并且,2017年上半年,“赴非航班”往返机票均价约为4300元,同比下降3%。飞往热门非洲目的地的机票价格,除了亚的斯亚贝巴呈现出4%的上涨,其余热门目的地均呈现出同比下降的趋势。其中,毛里求斯的机票预订量排名首位。

携程境外包车业务高速增长 月订单破万、同比增长600%

在大环境利好的情况下,携程国际专车旗下境外包车业务发展迅猛,7月实际成交订单破万,日订单峰值高达500单,实现了600%的同比增长。

境外小交通作为旅游基础设施体系的重要组成部分之一,可以击中旅游场景下语言不通、文化迥异等服务痛点,发挥自身优势,串联目的地资源。作为携程在境外小交通的重要布局,携程国际专车正在积极满足境外用车场景需求。

上海众信旅游: 两百余款产品预热中秋国庆市场发布秋季旅行风尚标

在暑期旅游产品热卖之际,5A级旅行社上海众信旅游乘胜追击,发布两百余款秋季游产品以瞄准中秋、国庆黄金周市场,同时发布秋季旅行风向标。出境游市场方面,一带一路有望令赴欧游持续升温;国内游长线方面,新疆、三亚旅游市场依然走俏。

亚洲航空开通澳门—雅加达航线

亚洲航空印尼公司近日迎来了雅加达—澳门直飞航线的首航。这条两地唯一直飞航线的开通,进一步拉近东南亚国家与大中华区的距离。

随着直飞航线的开通,中国游客前往印尼成本大大降低,印尼游客访问中国也更加方便,这将进一步推动两国旅游业的增长和发展。

中国赴摩洛哥游客上半年增长近6倍

摩洛哥旅游部门最新公布的统计数据显示,今年上半年,中国赴摩洛哥游客人数比去年同期增长接近6倍,创摩洛哥游客增幅最高纪录。与此同时,中国游客以银联卡支付的消费金额增长了900%,人均刷卡支付额居各国游客之首。

根据摩洛哥旅游部门公布的数据,与去年同期相比,今年前6个月来摩洛哥游客人数增长了9%,其中来自美国的游客增长27%,来自法国、西班牙、德国、荷兰等欧洲传统客源国的游客数分别有5%至12%的增幅,但增幅最高的是来自亚洲的游客,其中日本和韩国游客人数分别增长了46%和42%,中国游客人数增长了565%。

美狮美高梅呈献亚洲首个多元化动感剧院

项目投资总额高达港币260亿元的美狮美高梅将于今年第四季开业,最新的综合度假酒店将充分展示美高梅的娱乐造诣,带来亚洲首个多元化动感剧院——美高梅剧院,引领亚洲进入崭新的娱乐时代。

美高梅剧院由誉满全球的表演艺术及娱乐设计公司Scéno Plus精心打造。剧院内配备一个900平方米的超大4K(或超高清)LED显示屏,面积相当于三个网球场,让美高梅剧院成为全球首个可为观众提供2,800万像素观赏体验的剧院。美高梅剧院落成后,将会坐拥全球最大的永久室内LED显示屏,打破现场表演与虚拟实景的界限。

乐天集团计划进军中国酒店市场

8月8日消息,乐天计划来中国开酒店,并已确定将收购及委托运营2家酒店,一家位于烟台,将于2018年4月开业,客房322间;另一家位于沈阳,将于2019年11月开业,客房共530间。

韩国酒店纷纷进军海外主要是因为国内市场的饱和。去年首尔市内观光酒店达348家,较2014年(233家)增加了100多家。韩中萨德矛盾导致又访韩中国游客锐减。据英国广播公司网站7月11日报道称,韩国旅游发展局预测,今年赴韩外国游客可能比2016年减少470万人,降幅约为27%。