

既要性价比,也要体验感,打破传统跟团游“大拼盘”模式—— 新玩法! 年轻人爱上跟团游



近日,「一路美丽」旅行团团员在川西旅途中合影留念。受访者供图

有人想结交新朋友,拓宽社交圈;有人为告别情感伤痛,换个环境散散心;有人抱着脱单的想法而来,希望遇见属于自己的缘分……近来,主打年轻人出游的同龄人旅游团,继大学生带火特种兵式旅游之后,成为出圈的“新玩法”,一跃成为旅游界“新顶流”。有了“90后”和“00后”这些年轻人的加入,旅游市场活力满满,惊喜不断。

同龄人组团 玩起“说走就走的旅行”

5月初,家住西安市雁塔区电子二路的马晓浏览小红书时,被同龄人旅游团这一出游方式所吸引,一连看了多篇分享帖,认真选择后,她在一则“和年轻人一起去川西流浪”的帖子后留言,并报名参加了5天4晚行程的同龄人旅游团。

日常生活中,马晓较为内向,报名后她一直担心无法融入,没想到“入团”后顾虑很快就打消了。“‘95后’领队将我们成团的8人拉进群,大家简单做了自我介绍,团友分别来自云南、湖南、北京等地。”让马晓惊喜的是,团里还有一位陕西姑娘,“我们交换了联系方式,没几天,就因为衣服、拍照等话题快速熟络起来。”

大家同为年轻人,再加上领队的控场,6月26日,8人团初次集合就让马晓有了老友相聚的感觉。破冰活动中,大家一起聊天、唱歌、跳舞,关系更加深入。之后的行程中,马晓和团友白天在网红景点拍美照、拍搞笑视频,晚上一起玩游戏、唱歌。“与传统的旅游团不同,同龄人旅游团不用早起,抛弃了‘跟团必购物’‘到此一游’的老套路,通过提供可定制游玩路线、专业的旅拍和航拍服务,将个人需求的满足放到最大。”马晓说道,“一趟旅行下来,既玩好了,又交到了朋友,太值了!”

家住西安市灞桥区长乐东路的胡雪,通过抖音报名,于6月28日出发踏上沉浸式脱单之旅。“我

和其他19位有趣的年轻人从各自的城市出发,在旅途中结伴而行。大家以交友为目的,一边旅游一边互相了解,幸运者找到有缘人顺利脱单,即便未能脱单,也交到了一群同频好友。”胡雪说,旅途中有露营、剧本杀、空中飞行体验、微醺酒局等,活动丰富。

“我参加过多次尴尬的相亲,与之相比,沉浸式脱单之旅既可与一起旅行的伙伴寻找共同话题,也更容易敞开心扉,而且通过各种活动可以快速了解一个人。”胡雪说。

采访中记者了解到,同龄人旅游团这一新潮的旅行方式,已俘获了不少年轻人的心。

设置“共趣”玩法 抓住年轻人“胃口”

通过社交平台搜索“同龄人旅游团”,可以看到大量种草帖,其中关键词多为“纯玩,无购物”“品质,年轻人团”“社牛带你玩耍”“专业摄影”等,帖子下有不少网友评论“求推团”“想组队”。

7月1日,记者通过跟帖联系上川西领队春春。春春表示:“我刚带团抵达四川省甘孜藏族自治

州康定市新都桥镇,是一个4天3晚的团,有位团员生日,我正打算将蛋糕送过去。”

春春入行多年,以前在旅行社工作,后来自己单干。“在旅行社时,我带的是小团,出来后继续带小团。”春春说,自己带团一开始并不局限,带着带着发现不少旅游团团员年龄相仿,恰逢同龄人旅游团

出圈,便也以此为卖点拓展客源。

春春介绍,团员年纪相仿,大家心态年轻,有很多共同话题,聊天很轻松很有意思。采取纯玩、半自由的形式,在行程中会给大家安排很多游戏互动环节,让团友彼此更好地融入。报名成功的会拉群并在出发前分享穿搭攻略、注意事项等,行程中,也会帮忙拍照。会给大家出旅游保险,保障大家的出行安全,人满就封团,保证玩要质量……沟通中,春春表示,多年带团,自己善于解决问题、处理矛盾。“为抓住‘团游’新风口,我对自己提出了更高要求,不断提高摄影水平,为团员拍出更棒的照片。”

在获客渠道上,春春表示,小红书、抖音等社交平台是这些新式旅游团个人领队的重点途径,倾向将用户导入微信私域后促成交。

“我们这边的旅行社,现在也提供这样的业务。”在春春看来,一些风景大省因其地域特色而被同龄人旅游团所青睐,旅游市场也根据新需求调整自身的产品模式,依据细分市场需求,打造精细化的产品服务。

据了解,主攻年轻人的旅游团,出行线路大体分为两种:一类是长线深度游,占比较高,集中于川西、西藏、新疆等地;二是目的地短线游,如国内外热门景点的2日至3日跟团游。

出圈缘于舒适体验感

年轻人缘何爱上同龄人旅游团?

多位参加过同龄人旅游团的年轻人和心理专家,接受记者采访时相继给出了各自的答案。

在6月初结束西藏之旅回到西安的“95后”苏婧云看来,同龄人旅游团回应了当前年轻人渴望社交却缺乏渠道、缺乏动力的现状,让旅行成为一种社交新方式。“我的生活和工作比较单调,也没什么交到新朋友的渠道,一趟旅行下来,和团里的其他6人及领队都有了深层次的了解,渐渐成了聊得来、能玩到一起的朋友。而且,他们的生活轨迹与我完全不同,聊天时很有新奇感。”苏婧云说,到现在,她还时常会跟新朋友聊天,分享彼此的生活。

在西安高新区一私企工作的贺晟睿以前曾报团出游,体验感并不好,“全程以导游介绍为主,游客被动接收,缺乏参与感,更难以形成彼此之间的互动共鸣。”“五一”假期参加了同龄人旅游团,贺晟睿觉得,能提供轻松氛围、独特体验的同龄人旅游团是适合年轻人的一种出行选择。

“同龄人旅游团团员拥有相似的年龄、相通的话题、相近的兴趣爱

好,还有社牛领队带动气氛,相处起来轻松又愉悦。行程大多有非常清晰的路线,以拍照为主的旅行团,会选择和安排最合适拍照的地点、时间,并且给出最合适的穿搭建议。以交友为主的旅行团,领队会设计一些特别的环节,促进团员间的了解和感情的升温。”贺晟睿说。

而对于刚刚结束旅途,回到西安的“00后”黄晃来说,参加同龄人旅游团是一次学习和成长的机会。“通过社交平台报名,集合地在新疆,我第一次独自一人乘飞机出行,内心既忐忑又激动。到了以后,在和团友的交流中,也认识了他们居住的城市,聊起生活和工作中的困惑,有团友会用完全不同的视角帮我分析问题。”黄晃说,幸运的是,他还学会了骑车和游泳。

“旅行的快乐不仅在于到什么地方,看到什么样的景色,也在于遇到什么样的人,有一段什么样的经历。”西安爱之初心理健康咨询有限公司负责人董琳琳表示,这种想法使年轻人更愿意与志同道合的同龄人一起出行。年轻人为了旅行买单,实质上也是为经历和体验买单,归根到底是一种情绪价值消费。

“新玩法”为旅游市场转型提供新思路

当下的旅游市场中,传统的“团游”模式很难满足年轻人追求个性化的社交需求。然而,通过定制同龄人“团游”,却可以在旅行途中提供一个现实的交流平台,在生活节奏日趋加速的当下,这为不少年轻人提供了一种新的社交选择。与此同时,旅游团队的客户群体结构也发生了翻天覆地的变化,同龄人这个概念随之清晰地展现在大众面前。

陕西友联国际旅行社有限责任公司常务副总经理杨海鹏表示,按说,现在旅行社在市场上的产品都是同龄化产品,因为按年龄段区分游客主体,旅行社的目标客户才相对更多一些,尤其是对目前尚不具备自主旅行能力的客户群体。他认为,当前兴起的同龄人旅游团,更多代表的是旅游业市场开始细分,开始重视人们在旅行中的一些软性期待与个性化需求,既要性价比,也要体验感。这是一种好的发展趋势,在一定程度上为旅游市场注入新活力,推动其出现新面貌。

“就我们旅行社而言,以‘曲江文旅号’系列专列产品为例,客户群就是以老年人为主体的一个同龄人群体;针对年轻人,尤其是初高中学

生,推出了毕业季等产品,行程环节更加有个性特点;还有一个典型的例子,就是研学产品,研学产品从本质上讲,也是同龄人在同时做同样的事情。”杨海鹏说。

对此,西北工业大学公共政策与管理学院教授张敏指出,主打年轻人出游的同龄人旅游团成为旅游界“新顶流”并非偶然,除了反映年轻人在观念层面的变化外,也为当下旅游市场的转型提供了新思路。其实,“团游”本质上仍然是旅游市场上的一种常态化产品,在新条件、新因素的推动下,面向年轻人个性化、社交化、高质量旅行体验的需求,调整和创新产品形态,也是市场的正常现象。

在杨海鹏看来,能提供高性价比的服务与舒适的体验感,是同龄人旅游团迅速出圈的主因。他认为,出游者有了新的、小众化的需求,敏锐的个人、商家及时推出极具针对性、特色鲜明的产品,并提供更为完善的服务,自然会赢得市场。随着市场的变化,旅行社作为最前沿的旅游业务板块,也会经过大浪淘沙,不断创新和丰富服务模式 and 产品内容,提供更多个性化的定制产品。

本报记者 陶颖



近日,同龄人旅游团团员在川西旅途中合影留念。受访者供图