

中秋国庆“双节”产品预订火热 出境游迎来又一高峰

今年以来,中国出境游持续升温,春节、“五一”假期和暑期均迎来出游高峰,出游人次同比大幅增长。记者从多家旅行社和在线旅游平台了解到,中秋节、国庆节期间的出境游产品预订火热,一些热门目的地产品已售罄。

短线游热度最高

中国游客出境短线游保持高热度。同程旅行显示,暑期香港酒店订单同比增长90%以上,香港迪士尼、香港海洋馆等来自内地的预订同比均有数倍增长。途牛旅游网出境游用户中,短线游占比接近80%,中国香港、中国澳门是很多游客出境游的首选。香港科技大学、澳门大学等高等学府的游学以及香港故宫文化博物馆、香港非遗博物馆等深度文化体验的精致小团备受游客青睐。

新加坡、马来西亚、泰国形成了“免签黄金线”,成为很多中国游客的热门选择,在免签后的首个暑期实现“开门红”。同程旅行数据显示,新加坡的酒店和机票订单同比均有大幅增长。

近日,在深蓝智库举办的2024年暑期出入境游沙龙上,中国旅游研究院国际研究所所长杨劲松表示,出境游加速恢复并呈现出以近程市场为主的态势。马来西亚国家旅游局中国北方区市场总监赵钢介绍,今年1月至6月,有145万名中国游客前往马来西亚,同比增长190%,恢复到2019年同期的93%。新加坡旅游局华北区处长杜玲慧说,今年1月至7月,中国入境新加坡的游客人次达186万,恢复至2019年同期的84%。

自由行颇受青睐

自由行持续领跑出境游。飞猪数据显示,今年暑期自由行占比超八成,乘坐法国巴黎塞纳河游船、观看俄罗斯圣彼得堡芭蕾舞演出、红海冲沙自驾等极具当地文化体验的订单最多。打卡当地最具历史与人文气息的古建筑,体验网红餐馆,晚餐后漫步繁华的城市中心,这种city walk(城市漫步)结合city eat(城市觅食)、与融入目的地的自由行备受中国游客青睐。

游客追求本土化的体验,游香港不再一味追求打卡著名景观,而是将目光转向品尝街边小食、拍名人同款照片等更具特色的体验。近两周,携程美食林榜单上的香港特色小吃店的搜索热度环比增长20%。

杨劲松表示,散客在出境游中占比越来越大。他们根据自己的兴趣、时间和预算等安排旅行,享受更加个性化的旅游体验。这对旅行服务商、资源供应商和目的地接待服务提出了更高要求。

携程日前发布的《2024年暑期租车自驾报告》显示,暑期国内租车自驾订单量同比增长超40%,海外租车订单量同比增长160%。无论是美国加州一号公路、澳大利亚大洋路、法国阿尔卑斯大道,还是阿根廷40号国家公路……越来越多的中国游客通过自驾游看世界。

巴黎奥运会带热了欧洲旅游,欧洲租车订单量同比增长170%,法国租车订单量同比增长140%,巴黎的租车订单量增速位列欧洲首位,同比增长5倍。法国的波尔多、马赛、里昂租车订单量同比增长也超过200%。

特色线路预订热

目前,中秋节假期的出境游预订已接近尾声,国庆节假期的出境游预订火



热。中国香港、中国澳门、泰国、新加坡、马来西亚、日本、韩国等短线游目的地依然最受欢迎。新西兰、澳大利亚、土耳其、美国、英国、西班牙、葡萄牙等是长线游热门目的地。马蜂窝数据显示,今年实现免签的高加索三国格鲁吉亚、亚美尼亚和阿塞拜疆日渐进入大众视野,“高加索三国线路攻略”近一周搜索热度增长112%。

飞猪平台上,中秋节假期出境游的需求明显高于端午节假期,境外目的地的玩乐服务预订量比端午节假期增长30%。一些游客选择“拼假”,中秋节、国庆节和年休假组成超长假期,以便选择长线出境游。

随着国际航班的加速恢复,双节期间长线出境游性价比更高,预订量大幅增长。春秋旅游相关负责人介绍,欧洲长线游热度持续走高,德国“慕尼黑啤酒节”的举办时间恰逢中国国庆节假期,与啤酒节相关的旅游产品已售罄。克罗地亚、塞尔维亚、波黑、黑山、斯洛文尼亚等国以其高性价比和独特的出游体验,尤受青睐。截至目前,部分产品已售罄。

众信旅游相关负责人介绍,特色鲜明、较为小众的目的地,如摩洛哥、纳米比亚、斯里兰卡等地的预订增长快。随着中国游客旅游经验不断丰富,在最佳游览季节前往旅游目的地成为出游新趋势。南欧目前是欧洲旅游市场的“香饽饽”,西班牙、葡萄牙、希腊的产品报名提前趋势最明显,部分产品提前两个月就已售罄,特别热门的目的地产品至少提前5个月就开始陆续报名。

来源:人民日报海外版

苹果、华为“撞档”上新引海外关注

本周,苹果公司、华为公司相继举行新品发布会,推出各自最新创新产品。中美两家高科技企业“撞档”上新,备受科技界及国际舆论关注,中国科技企业的创新能力引热议。

苹果公司推出了iPhone 16系列智能手机和苹果手表等新品。华为公司发布了全球首款三折叠屏手机,在铰链系统、屏幕弯折等方面实现多项技术突破。一些媒体在报道中对两家企业的发展状况及新产品进行对比。

美国“石英”财经网站撰文称,华为自去年8月发布Mate 60 Pro系列智能手机以来,在中国市场的表现优于苹果。今年4月,华为发布的报告称其利润连续第四个季度实现增长,这凸显了华为在美方制裁和打压下展示出的韧性。

“反观苹果,其iPhone销量同期下降了19%,这是自2020年新冠疫情以来苹果在中国市场表现最糟糕的一次。今年一季度,苹果在中国智能手机市场的份额从19.7%跌至15.7%。面对华为和其他中国本土智能手机制造商的激烈竞争,苹果不得不下调部分机型在中国市场的价格。”报道称。

美国消费者新闻与商业频道(CNBC)报道称,华为在2019年美国对中国科技企业实施制裁打压后遭受重创,如今在智能手机领域强势回归。华为及其他中国智能手机企业已在销售折叠屏手机,而苹果尚未进军该领域。

知名技术市场分析公司卡纳利斯咨询公司研究经理安伯·刘对媒体表示,华为和苹果新品发布时间相近,标志着中国高端市场新一轮竞争浪潮的开始。关键竞争领域将包括高端产品、软件功能和人工智能部署。华为的快速复苏“直接挑战到”苹果在中国市场的表现。中国是苹果的全球第二大市场,占其全球出货量的20%以上。

卡纳利斯咨询公司发布的数据显示,今年二季度,苹果在中国市场的出货量被挤出前五,排名退至第六。前五位首次被中国国内手机品牌包揽。

美国网络公司美国在线(AOL)以“苹果公司中国竞争对手华为抢了iPhone 16风头”为题撰文称,每年秋季苹果发布新款iPhone时,都是智能手机领域的绝对霸主。然而今年,其在中国最大的竞争对手之一华为在努力“改写剧本”。

美国有线电视新闻网报道称,美国此前的限制措施当时让华为的智能手机发展受到沉重打击,但如今华为再次“重返巅峰”,同时还在进军新业务。去年华为推出了一款与特斯拉Model S竞争的电动车。华为在人工智能发展方面也有远大抱负。

两家中美企业发布的最新产品也引来一些媒体和业内人士的评测。印度新闻网站“今日商业”撰文称,苹果的iPhone 16系列虽然有一些改进,但与上一代相比并没有引入任何重大变化。相比之下,华为的新款折叠屏手机提供了突破性的设计和许多高科技功能。华为一直高度重视折叠屏手机市场,这次发布的新产品进一步巩固了其地位。

路透社报道称,苹果最新发布iPhone 16未能让投资者兴奋,因为大家期待已久的新产品中的人工智能功能仍处于测试模式。而华为推出业界首款三折叠屏手机,在争夺全球智能手机市场主导地位的斗争中继续加码。

科技新闻网站technology.org撰文指出,折叠屏手机的兴起反映了消费者对智能手机屏显更加灵活、外形更加新颖有更高的期待。华为推出的三折叠屏手机Mate XT等设备展示了功能和美学的融合,这是智能手机设计的未来发展方向。同时,人工智能技术的深度融合也是未来智能手机技术革新的一大重要趋势。Mate XT体现的领先人工智能技术不仅能提升用户体验,同时能变革使用者与人工智能技术的互动。

来源:新华网