

高铁游、研学游引领新风尚 暑期旅游人均花费同比提升24%

暑假出行旺季接近尾声,外出旅行的市民大多已返程。今年暑假旅游市场,在上半年旅游需求积压至爆点中拉开帷幕。根据携程近日发布的数据显示,截至目前,暑期旅游人均花费同比去年提升24%。

长线旅游吸引力大,旅游人均花费提升24%

“认领长沙人的快乐。”8月19日,市民沈女士在朋友圈中晒出了和另一半在长沙游玩的日程,虽然暑期已过大半,大部分亲子游家庭已回到无锡,仍有上班族市民陆续休假外出游玩,旅游市场加速复苏。市民黄女士刚带着孩子结束暑期旅游回到无锡,进行开学前最后的休整。即将过去的暑期是亲子游市场一年一度的“高光时刻”,携程近日发布的《2022年暑期亲子游报告》显示,今年暑期亲子游订单占整体订单的三成,比5月、6月份的亲子订单占比高出整整10个百分点。上半年积压的旅游“遛娃”需求在暑期得以释放。

“7月份旅游订单总量环比6月提升50%,酒旅市场回暖至去年八成。”携程相关

工作人员介绍,截至目前,暑期旅游人均花费同比去年提升24%。旅游人群中,更愿意消费的则是亲子家庭,相比“24%”这个数据,亲子游报告显示,亲子订单的旅游人均花费相较非亲子家庭的高出近50%,暑期亲子订单人均花费相比往常人均花费也高出57%。由此可见,多数家庭在度过亲子时光时对品质的要求十分看重。

新疆、青海、内蒙古、四川、重庆……长线旅游需求在暑期集中体现。据了解,暑期中,有45%的用户选择长途旅行,29%的用户选择周边游,26%的用户选择在暑期本地游。值得一提的是,近年来暑期出游预订周期持续变短。采访过程中,记者了解到大多数市民都在出行前一两周才开始预定。

高铁游热度增长迅猛,旅游带动效果显著

市民小周上周和朋友相约去湖州山间民宿度过了一段惬意的假期,“从无锡坐高铁到入住民宿只需几个小时,早上出发中午就到啦!”她告诉记者,最近爱上了挖掘高铁沿线的美景,“上海高铁1.5小时直达”“江浙沪4小时达”“暑期七天乐”……在小周的手机中收藏了不少高铁旅游攻略。

“携程数据显示,7月高铁游搜索热度环比增长近1倍,订单量相较3月提升132%,其中跨省订单占比超过九成。”对此,携程相关业务工作人员也表示,相较飞机等交通工具,高铁出游的休闲属性更为突出。此外,随着全国多地都市群、高铁圈的形成及完善,用户沿线

旅行、周末微度假的需求增加,对于高铁沿线的目的地、景区和各类玩法攻略,也产生了更多兴趣。

今年暑运开启后,高铁沿线目的地和景区的旅游热度提升显著,“高铁+旅游”融合程度持续走高。根据8月份全国铁路运输累计发送旅客2.24亿人次,7月日均发送旅客量环比增加30.9%,火车出行引领暑期游热潮。

此外,疫情趋稳后飞机航班也迎来全面恢复。“桂林、成都、重庆等地都是比较热门的目的地。”吉祥航空相关工作人员介绍,暑期推出了不少400至600元起的特价机票,受到了很多市民欢迎和购买。

研学游强劲复苏,露营属性引领新风尚

暑期同样是研学游的高峰期。携程数据显示,7月研学游产品订单量环比6月增长4倍,截至目前,暑期7月-8月出行的亲子团队产品订单中,单人日均价格在790元左右,较去年单人日均价提升了20%。

而无论是自由行还是研学游、亲子游,从目的地热度来看,受疫情影响较小的地区热度较高。“身边报名本地活动的是最多的,以往青睐的青甘宁亲子游学产品今年热度好像不高。”市民顾女士告诉记者,自己在网络上对

比翻看了不少研学旅行,最终还是只给孩子报名了本地活动。

另一边,带有露营属性的产品热度一直从春季持续到了夏季。7月以来,“营地教育”的线上搜索热度较去年同期增长超过90%。从事研学游行业的范女士介绍,除了传统的运动营,今年暑期的营地教育有了科学、人文、艺术等更丰富的主题,“营地寻宝体验、捕鱼体验、趣味沙画等,都很受消费者欢迎,成为家长们的主流选择。”(晚报记者 张颖)

内画:内里乾坤 自成一绝

走进梁溪区非遗基地,各式各样的留青竹刻、精微绣、惠山泥人等非遗作品让人应接不暇。在基地的一角,还摆放着不少玻璃制品,晶莹剔透的玻璃包裹着精美的画作,在灯光的照射下熠熠生辉。其实,这些令人赞叹的作品全部出自内画非遗传承人——王惠聪之手。

融会贯通 自成一派

鼻烟壶内画,历经两百多年,方寸之间纳大千世界,是中国艺术殿堂一颗璀璨的明珠。内画主要分为京、冀、鲁、粤四大流派,其中冀派作品构思新,意境高雅,气韵生动,巅峰时期从业者有上万人。王惠聪正是出生于河北内画之乡衡水,在她来无锡之前,无锡其实并没有会内画的手艺人,她的到来填补了无锡这一艺术门类的空缺。

王惠聪自幼习画,上世纪90年代初,经人介绍开始学习内画,勤学苦练至今已有27年

了。从平面的鼻烟壶、圆形的水晶球,到筒形的笔筒、不规则的花瓶,在她手下都能变成玲珑剔透的内画艺术精品。她擅长的内画题材十分广泛,从人物、风景,到花鸟、虫鱼,无所不有,其代表作品有《红楼梦人物》《八仙过海》《清明上河图》《福禄寿》等作品。

多年来,创作的人物和肖像作品最能体现出王惠聪写实功力及多样的艺术手法。她的内画肖像中除单色外,还巧妙地运用色彩丰富的油画色彩。王惠聪的人物内画既有从水墨画、国画作品中借用提炼出的精华,也有从西方现代派作品中学到的艺术手法,笔法和韵味丰富。鼻烟壶“仕女图”,瓶高不足10厘米,拿在手上仔细观察只见画面上不仅有两位仕女,还有山石、树木、亭台等景物。山石笔法粗犷写意,皴法老到;人物衣饰采用工笔刻画,衣纹褶皱流畅自然,一气呵成,阴影部分的处理突出服装的立体感,甚至连丝绸衣料的反光和纨扇的半透明质地都恰到好处地表现出来。



初心不改 创新犹在

绘画所用的笔可是大有讲究,笔杆是由铜丝制成的,头部弯曲,固定了几撮毫毛。每一支笔的长度也各不相同,适用于绘画的不同步骤。内画的颜料就是常见的国画颜料和墨汁,偶尔也会使用到一些丙烯。

王惠聪运用这些简单的工具,绘制出琳琅满目的艺术作品。要在口

小如豆的玻璃瓶内壁画出细如毫发、生动传神的精美之作,必须气沉丹田,依靠手指、手腕的巧劲,稍有不慎就会失之千里。与纸上作画完全不同的

是,内画要正面观看反面作画,同时由于内壁磨砂的材质,加之细如针尖的勾毛笔,在作画过程中几乎看不清笔锋,只能单凭感觉作画。因此,除了要有千锤百炼的功夫,还要有艺术直觉,才能精确画出所要的效果。

常规的鼻烟壶、挂件需要几个小时的时间,直径十几厘米的水晶球就要画个十几天,更大一点的屏风可能就需要数月的时间。虽然耗时耗力,但在王惠聪看来,只要每天完成一点也不是什么难事。正是十年如一日每天都坚持创作,才造就了王惠聪现在的成就。

在旅游市场不景气、低端产品众多的冲击下,王惠聪从未放弃,而是不断另辟蹊径。她将目光瞄准了私人定制的市场,顾客喜欢的图案、文字都可以通过内画的方式实现,做成手机、背包、车载的挂件销路不错。

(殷婉婷/文 朱浩/摄)



扫一扫 看视频

