

在旅游业供需两端都是生力军 无锡女性真会“游”

昨天是第115个“三八”国际妇女节，途牛、去哪儿等平台相继发布女性旅游报告。现在的“姐姐们”正在重新定义旅行规则，有人扛着梯子凌晨抢拍樱花，有人开着房车跨省追花期，更有人把民宿卷成“美学战场”……女性旅行观念发生了哪些变化？记者走访了无锡本地旅行社、各大景区、旅游平台和民宿经营者。



把钱花在“看不见的地方”

去哪儿平台数据显示，2024年以来女性预订国际机票增幅达1.3倍，较男性高出30%；冰川徒步、极光观测等小众项目女性占比近70%。“这也符合无锡市场的趋势。”无锡万达国旅副总经理邓云岗表示，本地女性更愿为情绪价值买单，去年一年间的大小旅行团中，女性占比达70%以上。当天在万达国旅门店，43岁的外企财务秦心正拉着闺蜜定制瑞士行程，“少女时代就想坐雪山小火车，再不去真成老太太观光团了！”无锡的职场新人小琳，一直想体验商务舱，“平时商务舱价

格太贵了，前阵子看到从无锡飞成都的商务舱特价，只要800元，我果断买了！毕竟去成都都能吃到心心念念的美食，商务舱的体验也能让旅途更舒适，这种情绪价值太值了。”

去哪儿大数据显示，2024年至今，在旅游淡季预订商务舱、头等舱的女性数量，同比2023年增长了三成；女性预订高级星级酒店的数量，增长了四成。去哪儿大数据研究院



研究员蔡木子介绍，很多时候，一间好酒店本身就是旅行的一部分；如今，女性不仅对价格敏感，对住宿体验的提升更敏感。江苏万达国旅史玲玲也表示，无锡女性在预订旅行产品时，对酒店品质的要求明显提高，愿意为优质的住宿环境多花钱，可谓把钱花在“看不见的地方”。

女性在旅游行业更有优势

途家民宿发布的《2025途家民宿女性房东社区报告》显示，平台女性房东占比近六成。从乡村别墅到城市老洋房，从全职妈妈到设计师创业者，女性房东正通过民宿经营书写人生的无限可能。在无锡，同样有许多女性在旅游行业中发光发热。江苏省旅游协会副会长王洁平表示，如今，80、90后女性房东成为中流砥柱，她们有一定社会阅历，懂经营、爱交流、擅装饰，致力于为客人提供温馨独特的体验。

今年是张悦做民宿的第5个年头，她在宜兴经营了5套房。她认为，女性房东有自己独特的优势，往往更细心，亲和力更强一些，很多时候还是多面手。“我们既要负责民宿的保洁、运营，又要当管家，有时候还要给客人当导游，介绍无锡的景点和美食。”

途家数据显示，九成女性房东经营的民宿评分在4.9分及以上，超赞房东中58.8%为女性。“女性房东是平台的中坚力量。”古运河畔莫宅的设计师吕邵苍特别强调，虽然设计出自男性，但日常运营全由女性团队负责——她们更懂把民宿故事融入客房服务。

(晚报记者 璩璐)

“50+”女性出行订单增幅超一倍

银发经济是2025年的经济热词，在无锡，“50+”女性的旅游热情也在持续高涨。今年52岁的王阿姨，退休后和几个老姐妹经常一起出去旅游。“以前总为家庭忙，现在退休了，要好好享受生活。我们打算今年夏天去桂林，看看那如诗如画的山水。”邓云岗告诉记者，去年以来，在所有年龄段女性中，50岁以

上女性出行订单的增速最快，增幅超过1倍，最青睐的目的地包括昆明、西双版纳、广州、海口、杭州等。记者在途牛平台发现，截至目前，最新预订数据显示，无锡本地的鼋头渚、梅园以及南京、婺源、武汉等赏花胜地更受“50+”女性用户青睐。这个周末，无锡鼋头渚因早樱而入山人海，光“50+”女性旅行团就

有十几个。

“非常让我们意外的是，像新西兰峡湾观星探险、漠河北极村、珠峰大本营这样有些极限的旅游团行程，报名的游客一半都是‘50+’的女性。”无锡国旅的华静君介绍，“75后”女性的消费观、精神面貌、身体素质，已经完全刷新了大家对中老年人的认知。

购买力强，愿意尝鲜 “50+姐姐”成消费新势力

“三八”国际妇女节，无锡消费市场迎来“银发经济”热潮，从商场黄金和美妆专柜到旅拍订单，50岁以上的中老年女性群体，正成为举足轻重的消费力量。

美妆、黄金消费双线飘红

昨日在中山路商圈，烫着波浪卷的阿姨们三三两两结伴而行，成为人群中靓丽的风景线。来自江阴的蒋阿姨和闺蜜乘坐S1线来到无锡市区为自己选购一个足金手镯，身边的闺蜜们手上也挎着大大小小的购物袋。“年轻时省吃俭用，到老了想对自己好一点，现在商场活动力度挺大，和小姐妹一起来拼单。”

三阳百盛商场营销负责人陈聪观察到，近几年，50岁以上的女性消费

者购买力旺盛，特别是在美妆和黄金消费上有较大的体现。“现在金价一路走高，如果不是刚需，年轻人不太敢买，入手也只是小克重或者一口价的，但是阿姨们购买意愿很强烈，而且购买20克以上的大克重偏多。”

万象城老庙黄金销售人员介绍，中老年女性是黄金市场的“重量级”买家，呈现“两高”特征：高克重、高复购率。“阿姨们都是买涨不买跌，款式上更喜欢古法和生肖系列，而且一般集中在节假日前后消费。我们有位老顾客，春节期间才来过，妇女节又下单了一条项链，已经把买金当作了爱好。”

除了珠宝首饰，阿姨们在美容护肤的投入也在持续增加。陈聪介绍，雅诗兰黛和兰蔻菁纯系列以前面对的是35岁至45岁的消费客群，现在

50岁以上顾客群体的比重在慢慢增加。而且消费场景正从线下延伸至云端。在抖音平台，“银发美妆”话题播放量突破12亿次。

沉浸式体验升温

《银发经济蓝皮书：中国银发经济发展报告(2024)》显示，目前我国银发经济规模在7万亿元左右，约占GDP的6%；到2035年，银发经济规模有望达到30万亿元，占GDP的10%。其中，养老服务、老年用品消费、老年金融、健康、文旅等银发相关产业，呈现爆发式增长态势。春节之后，尽管文旅市场处于淡季，南长街、惠山古镇的旅拍基地却迎来了大批“姐姐团”。

“现在客户里阿姨辈的占比接近一半，人均单价比年轻消费者高许多。”南长街某旅拍店经营者徐女士说，当下女性银发族愿意尝试年轻人喜欢的东西，这种趋势推动旅游产品不断向多元化、品质化方向发展。“阿姨们不仅愿意尝试马面裙、苗服等各种特色服装，还会要求专业妆造和后期精修，拍照摆姿势也非常配合，一天下来活力满满，精气神比很多年轻人都要好。”接下来的最美樱花季，徐女士已经接到了几位阿姨的预订单。

(陈婧怡)

江阴宜兴两地 旅游协会“走亲”

本报讯 3月6日，江阴市旅游协会专程到宜兴市旅游协会“走亲”。在实地考察环节，客人明确了此行的“必点菜”“招牌菜”是宜兴窑湖小镇。

窑湖小镇总投资130亿元，巧妙融合了宜兴的自然与人文元素，成为宜兴文旅的流量端口和宜兴城市新界面。眼下，窑湖小镇不断刷新文旅玩法，在长三角区域文旅项目中脱颖而出，持续释放出强大的吸引力和影响力，前来“取经”的团队接踵而至。在江阴市旅游协会到窑湖小镇考察学习之前，苏州市多个县(市)、区组织党政代表团来窑湖小镇考察，对小镇多样性的产品力和极具特色与活力的夜间经济模式表示赞赏。

当天，窑湖小镇有关人士向江阴市旅游协会一行介绍了窑湖小镇丰富旅游业态方面的做法。今年春节以来，窑湖小镇在双休日保持单日1万人左右的游客接待量。

(何小兵)

