

母亲独自带娃旅游超五成,二孩家庭出游首次超二成,研学旅行成新趋势

暑期“亲子游”异常火爆 超七成出行“妈妈当家”

乐游天下



中国妇女报全媒体记者 项丹平

北京妈妈武悦这几日正规划暑期怎么“遛娃”,她对**中国妇女报**全媒体记者说:“疫情之前的每年暑假我都要带孩子出境游,去过美国、英国、德国、日本等国;去年初至今,带娃出行圈一直在国内,去过海南、杭州、苏州、四川,今年暑假正在做去贵州的攻略。”

暑期正值旅游高峰季,这个暑期带娃去哪儿、怎么去、玩什么,像武悦一样很多女性都成了家庭出行计划的拍板担当。而在今年暑期亲子游订单中,半数以上订单为母亲独自带娃旅行;今年暑期跟团游市场中,二孩家庭占比首次超过两成;在暑期最热销的轻奢类线路产品中,80后家庭及闺蜜群体成为消费主力……记者从携程旅行网获悉,7月12日携程发布的《2021暑期旅游大数据报告》(以下简称《大数据报告》)显示,今年暑期(7月1号到8月31号)跟团游和自由行订单较2020年同期增长10倍以上,跨省游订单量同比增长413%。而最新发布的《2021暑期出游报告》也显示,64%的受访者明确表示今年暑期有出游计划,其中87.4%的受访者计划跨省或跨市游。

暑期亲子游订单占比近六成,传统“2大1小”占比达53%

《大数据报告》显示,从机票预订情况来看,亲子游订单占比达59%,较2019年同期高出8个百分点,并呈现出同行人数多、行程规划早的特点。其中,亲子游平均同行人数达到3.4人,其中80后父母和10后儿童是亲子游主力军,占亲子游旅客的60%以上。



馨月

谚语言:“小暑不见日头,大暑晒开石头”。今天,我们迎来夏季的最后一个节气大暑。《月令七十二候集解》

记者还从驴妈妈旅游网了解到,“驴悦亲子”近日发布的《后疫情时代国内亲子游趋势分析报告》(以下简称《亲子游报告》)也显示,31岁至35岁的亲子游客占39.8%,24至30岁以及36至40岁游客分别占20.1%、18.9%,85后、90后、95后占比逐年增加,成为亲子出游的核心客群。

从出游类型看,亲子陪伴是父母对孩子爱的温柔表达。传统“2大1小”仍是亲子游的出行主力,占比达53%;在“1大带1小”的亲子游群体中,母亲带娃出游的比重超过50%。而暑期亲子游市场不仅是童心的释放,也是孝心的体现。《大数据报告》显示,携程平台上暑期旅行用户最大年龄差为89岁,其中年龄最大的已九十耄耋,年龄最小的刚满1岁。

从出游方式看,越来越多的亲子家庭选择灵活机动的自由行,自驾成为主要交通方式。在人数较多的常规跟团游比例减少的同时,亲朋好友组成的定制游比例不断提升,多孩游、有相似年龄的朋友结伴出游、多家庭一同出游的方式日益流行,隔代出游的比例明显下降。

出游意愿强烈的亲子游群体,在花钱方面也不甘示弱。《大数据报告》显示,暑期亲子游订单总预订金额较2020年同期增长463%,平均花费金额较2020年同期增长84%,其中暑期出游预算超过1万元的比例达到了8.6%。而随着“宅酒店”成为主流度假方式,暑期度假“吃”“住”场景越来越不分家。《大数据报告》显示,今年暑



了,女性在旅游决策上的参与度远高于男性,占比高达76%。她们普遍注重科学育儿、关注最新资讯、消费更加理性,喜欢从性价比、品牌、口碑、服务专业性及产品个性化等多方面评估亲子游产品。

记者在随机采访中发现,暑期带娃出行需求当中,有不少是来自“妈妈们”的决断。北京师范大学的老师李莉告诉记者,暑期举家出游的队列中,她是决策方,老公是付款方。生活设施配套齐全、设有儿童游乐区、自驾方便等因素,都是她选择景点、住宿时的加分项。

“一些景区、酒店房间专门设置了小朋友专用座椅、洗手台、坐便器等。像这种‘孩童友好型’的地方,就很拉‘妈妈们’的好感。我会在选择时特别留意这些小细节。”在西城某事业单位工作的王欢对记者说。

飞猪平台相关负责人显告告诉记者,今年暑期,飞猪上的旅行度假订单,超过六成是由女性下的单,“妈妈们”更擅长亲子游的攻略准备、行程规划、商品预订和消费。

“据我观察,女性带娃旅游的决策和参与度远高于男性。”“驴悦亲子”品牌负责人张凜也对记者表示,女性是很多中国家庭的育儿主力,在亲子游规划上,她们普遍注重科学育儿、关注最新资讯,喜欢从性价比、品牌、口碑、服务专业性、产品个性化等多方面评估亲子游产品,消费也更加理性。

携程研究院战略研究中心副主任张致宁告诉记者,近期携程上“母婴设施”关键词的搜索量同比增长超过200%,景区是否具备母婴服务设施,已成为妈妈们在暑期亲子游决策上的重要因素。一些旅游企业甚至打出了“得妈妈心者得天下”的口号。

研学游较去年暑期增长超650%,主题乐园永远是孩子们的游乐天堂

暑期旅游市场一直都洋溢着青春气息。《大数据报告》显示,预订暑期出行的学生群体中,大学生群体(19岁~23岁)以69%的占比,暂时成为今年暑期学生旅游市场的主力军。而且,2021年大学生群体暑期定制游人均消费近2500元,较2020年同期增长42%。据第三方统计数据,2019年我国大学生月均生活费为

国家统计局今年发布的最新数据显示,全国多出生“二孩”数量达1000多万人。在此背景下,近年来二孩家庭出游比例也显著提升。《大数据报告》指出,今年暑期跟团游市场中,二孩家庭占比达到24%,首次超过两成,较2020年同期增长1倍以上,较2019年同期增长4倍以上。而《亲子游报告》显示,国内亲子游市场规模逐年扩大,今年将是二孩家庭出游“爆点”,2021年上半年二孩家庭出游占比增加到25%,未来每年将保持30%左右的增速,将成为亲子旅游市场的消费主力。

《亲子游报告》还表明,受疫情影响,“无预约不出游”已成为共识。在亲子旅游规划上,“听妈妈的话”错不

(即喝羊肉汤),补一补。

浙江:姜汁调蛋。台州人大暑节气有吃姜汁调蛋的风俗,可“补人”并去除体内湿气。也有老年人喜欢吃鸡粥,能补阳。姜汁调蛋主料有姜汁、蛋、红糖等,还可配核桃碎、龙眼或荔枝。姜汁、鸡蛋和红糖一同调匀,装小碗进大锅干烧,烧出的蛋品甜中带辣,口感扎实朴素,营养丰富,具有散寒、暖胃、止呕、祛痰、健脾等诸多功效。

1282元。这也意味着今年暑期大学生群体旅游人均花费,相当于2个月的生活费。

《大数据报告》还显示,今年暑期中小学生群体(8岁—18岁)的占比重回20%以上,较去年同期增长超过300%,并有望在7月末到8月中旬反超大学生群体,成为暑期学生游的核心群体。

《2021暑期出游报告》还显示,今年暑期,研学成为亲子游新趋势,休闲亲子游、研学旅行体验成为暑期定制游的主力,其中研学旅游产品较2020年暑期增长超过650%,研学类产品搜索量较去年同比增长2倍以上,超过80%的家庭出游用户会搜索与研学相关的旅游产品。该报告显示,北京、上海是研学旅游热度最高的城市,研学夏令营在天津、昆明、成都等二线城市的热度也不断增加,夜游博物馆、露营、夜宿书店、夜观昆虫等活动受到欢迎,职业体验、研学营等持续火爆。

《亲子游报告》则认为,主题乐园永远是孩子们的游乐天堂,拥有自然人文景观和大型主题乐园的城市更受欢迎,亲子家庭愿意选择亲子游乐设施更多、更全、安全系数更高的主题乐园。江苏、上海、广东、北京、浙江、四川、黑龙江、新疆、海南、河南,登上了国内亲子游目的地TOP10排行榜;在最受亲子家庭欢迎的国内景点TOP10榜单中,上海迪士尼乐园、北京欢乐谷、珠海长隆海洋王国、广州长隆野生动物世界、常州恐龙园、上海欢乐谷、横店影视城、上海野生动物园、上海海昌海洋公园、无锡融创海世界入围。同时,杭州、西安、桂林等城市的新主题公园也“扎堆”在今年暑期开业。

此外,《大数据报告》还显示,今年暑期热门旅游线路主要包括5大类,分别是自然野奢、越野自驾、徒步登山、精致露营、历史人文。其中,自然野奢类线路最受欢迎,野奢类订单较2020年同期增长400%,预订用户以80后家庭及闺蜜客群为主。

暑期旅游市场一直都洋溢着青春气息。《大数据报告》显示,预订暑期出行的学生群体中,大学生群体(19岁~23岁)以69%的占比,暂时成为今年暑期学生旅游市场的主力军。而且,2021年大学生群体暑期定制游人均消费近2500元,较2020年同期增长42%。据第三方统计数据,2019年我国大学生月均生活费为



乐享美食

大暑美食知多少

中说:“大暑,六月中。暑,热也,就热之中分为大小,月初为小,月中为大,今则热气犹大也。”大暑节气正值“三伏天”里的“二伏”(中伏)前后,是一年中最热的时期,这时湿热之邪达到最高峰。俗话说:“小暑吃黍,大暑吃谷”,我国幅员辽阔,大暑节气该吃什么?又有哪些不同风俗呢?

山东:“喝暑羊”。这是鲁南地区的风俗,大暑这一天,山东省枣庄市许多市民会到当地羊肉汤馆“喝暑羊”

(即喝羊肉汤),补一补。

浙江:姜汁调蛋。台州人大暑节气有吃姜汁调蛋的风俗,可“补人”并去除体内湿气。也有老年人喜欢吃鸡粥,能补阳。姜汁调蛋主料有姜汁、蛋、红糖等,还可配核桃碎、龙眼或荔枝。姜汁、鸡蛋和红糖一同调匀,装小碗进大锅干烧,烧出的蛋品甜中带辣,口感扎实朴素,营养丰富,具有散寒、暖胃、止呕、祛痰、健脾等诸多功效。

福建:吃荔枝。按福建莆田习俗,大暑家家户户都要吃荔枝,叫作“过大暑”。亲友之间也常以荔枝作为礼品互赠,民间传说大暑这一天吃荔枝,营养价值和吃人参一样高。

广东:吃仙草。民谚曰:“六月大暑吃仙草,活如神仙不会老”。仙草又名凉粉草、仙人草,唇形科仙草属草本植物,由于其有消暑功效,被誉为“仙草”。其茎叶晒干后可做成烧仙草,广东一带叫凉粉,是一种消暑甜品。烧

仙草有冷、热两种吃法,其外观和口味均类似龟苓膏,有清热解暑功效。

台湾:吃凤梨。台湾民间认为大暑时节的凤梨最好吃,加上凤梨的闽南语发音和“旺来”相同,所以也被用来作为祈求平安吉祥、生意兴隆的象征。另外,由于农历六月十五是全年的一半,民间讲究“过半年”,这天拜完神灵后全家会一起吃“半年圆”。半年圆是用糯米磨成粉再和上红面搓成的甜食,象征着团圆甜蜜。

暑湿黏腻难熬 戴佩兰保清爽

广东省中医院教授 卢传坚

三伏天,身上黏糊、头发油腻、口中黏腻、吃什么都觉得“无味”……这其实都和“湿”有关。“湿”的特点是“重浊黏滞”,常常给人带来各种“不清爽”的感觉。有一味草本植物最适合用来调理“湿”,那就是佩兰。

以往在江浙一带,人们会用一种香草煮水洗头发,洗完后再插一枝在发髻里,便能起到“美发香氛”的作用。同时,用这种香草煮茶也很流行,喝了还能去口气、解湿腻,这种香草就是佩兰。

佩兰,顾名思义就是可以佩戴在身上又有着兰花般香气的草药。早在《楚辞·离骚》中便有“纷秋兰以为佩”的诗句,这里的“秋兰”便是佩兰。佩兰味辛性平,具有解暑化湿功效,主治感受暑湿、寒热头痛、湿浊内蕴、脘痞不饥、恶心呕吐、口中甜腻等症。

古人佩戴兰草,不只是为了增添香气,更有一层养生的意味。人在头脑沉重不清爽时,闻一下香气浓烈的精油或香薰,很快便能提神。因为香气乃是无形之物,在中医看来具有轻扬上升的作用,可以引导人体的清气上行。而香气也可以用来对付“湿气”,帮脾胃“开路”,促使水湿顺着香气向外发散。因此它不仅能解除头发黏腻,还能给人体内部“化腻”,恢复正常味觉,让我们在潮湿闷热的夏季里也能自内而外保持清爽。

气温高易爆炸 百香果要冷藏

百香果是夏季不少人喜欢的水果之一。近期,一则装着百香果的箱子在快递站爆炸的视频引发网友关注,“网购百香果需谨慎”的话题随即登上微博热搜,有网友称“百香果是个暴脾气”。

百香果为什么会“爆炸”?科信食品与营养信息交流中心科学技术部主任阮光锋表示,爆炸原因可能与百香果做成果酱装在瓶子中有关,“百香果是液态的,具备微生物发酵条件,当温度升高,微生物发酵产生气体,瓶内气体越多,压力越大,当瓶身不能承受瓶内百香果发酵的气体压力时,就会爆炸。”

“当然,还可能存在于另一种情况”,阮光锋说,“从百香果结构来看,类似于水果罐头,由于百香果是酸性的,容易发酵产生气体,夏季高温导致气体释放加速,很容易冲破果壳爆炸。”

百香果应低温保存。阮光锋表示,其他果酱、罐头类也可能发生这种情况,只要有微生物存在,就会产生气体,但形成爆炸概率极小,一般不用担心。日常生活中,应该如何存储百香果?阮光锋表示,不管是百香果还是百香果果酱,低温保存最佳。也有业内人士表示,买到百香果后可以先放入冰箱冷藏,以免微生物发酵产生爆炸风险;纯天然百香果酱尽量在冷冻状态下保存,结成冰块后再拿出来解冻食用。

(胡珍)