

一场小型旅游分享会近日举行,展示的案例引出思考

亲子游如何才能挣脱“不亲”怪圈

近日,各大OTA(在线旅行社)发布数据显示,亲子游撑起市场半边天,二三线城市的游客量迅速增长。亲子市场蛋糕很大,需求很多,因而不乏简单粗暴的“分食”方式,但游客们对浑水摸鱼式得体验不会买账。

青年报 邵炯



新产品亟待研发

在针对既往亲子游消费经历的调查中,超八成的亲子家庭在出游时会首选主题公园,既能满足孩子的游乐需求,也让家长得以放松身心缓解压力。

除了主题公园外,亲子度假酒店的日渐盛行,令众多综合性度假村看到了亲子消费生态圈的新趋势,并纷纷加入亲子游市场。成立于1950年的法国Club Med是全球知名的亲子度假品牌,就是业内较有人气的代表,其模式也是目前较为普遍的“托儿式”。

同时以乡村旅游为代表的城市周边短途游市场也日益火爆,因为小游客越来越多,纷纷进军亲子游市场。

喜欢和孩子一起体验农事、采摘蔬果、享用绿色餐食的上班族父母不在少数。市民陈先生最近两个月几乎每周末都和妻子驾车出城,去周边不同的农家乐遛娃。“工作日都是早出晚归,我们希望能充分利用周末时间陪孩子,健康的户外运动是亲子活动的首选。”

旅行社相关负责人均表示,长期以来,农家乐存在档次低、特色少、内涵空、服务弱等问题。而且,随着二胎政策开放,

两个大人加两个孩子的“2+2”家庭,和一家三口的出游方式不同,如果不能正确认识这点,农家乐依然不能借助亲子游市场的蓬勃发展得以转型升级。

定制型内容走红

近日,在上海碧云社区开展了一场小型亲子游分享会,1975年创立于法国马赛Altaï集团旗下的户玩仕中国为现场的家长们带来了一场妙趣横生的演讲,户玩仕地接公司客户运营李洋濛在分享中展示了许多案例。一对无锡的父子给她留下了深刻印象,8岁的儿子在10天行程结束后,惊喜地表达了对爸爸的敬佩,“没想到爸爸这么厉害,会得这么多”,父子关系与行程刚开始前大相径庭。作为高端定制的旅游项目,面对大多国内市场的亲子游并不亲的现状,户玩仕的中国市场经理武铁山表示,我们更注重与当地人文的交流,家长与孩子们之间的互动。

据介绍,户玩仕中国是法国户外旅游集团Altaï旗下的品牌,是迪卡侬兄弟品牌,1975年创立于法国马赛,2012年户玩仕入驻中国。

各种高端定制型的旅行方式逐渐都崭露头角,“有些根据私人要求定制,只在你们行程花

费上外加几百元一人的线路设计费的方式也不错”。一位有着3岁孩子的张女士在体验过一次日本自由行后表示,“等于节省了时间找个当地人帮你做详细攻略”。

但这样的高端定制除了对受众的经济条件有一定要求以外,也似乎设置了一些其他“门槛”。以“户玩仕”来说,他们的特色标签便是由当地外籍当领队,非常注重于当地文化的邂逅与交流。目前除了一些东南亚国家以外,其他地区的地陪均是用英文交流,或者只会用简单的中文进行基本沟通,因此如果希望与当地的文化能有深入的沟通和体验,对家长们的语言能力也有一定要求。户玩仕的中国市场经理武铁山表示,游客在挑选我们的同时,其实我们也在挑选客户,那些真正喜爱旅游、喜爱人文的游客才是我们的受众,如果只是对购物有需求的游客,肯定不在我们的受众之列。

随着市场日趋成熟,市场的需求方对供方提出了相应的要求,双方在彼此选择的趋势上,简单粗暴的复制法将无法糊弄逐渐见多识广的消费者,想长久立稳脚跟,在大洗牌来临之前,创新研发和认真体验客户需求才是不二法门。

■资讯

高雅艺术走入社区广受追捧

《我的太阳》唱响“黑森林”

青年报 解敬阳

5月7日晚7点,当《我的太阳》雄壮的旋律响起,来到“森林”里的观众们热情刹那间被点燃。一曲唱毕,掌声久久不息,台上台下,所有的人都沉浸在第34届上海之春国际音乐节之一、中鹰·黑森林中央公园的这场音乐盛会——中国三大女高音黄英、孙秀苇、幺红首次同台演出带来的现场震撼之中。

台上的3位女歌唱家歌喉精湛、演绎专业,又表达出了各自的独特魅力。黄英的演唱极富内涵,音色柔和甜美、花腔技巧灵活,极具浪漫主义情怀;孙秀苇不仅演唱技巧高超,更富有浓厚的感染力,表演角色投入,塑造的艺术形象真实而深刻;而幺红,作为永恒的《图兰朵》中的朵儿,以出色的表演和美妙的歌声,得到专家的一直好评。

中鹰·黑森林中央公园音乐

会始于2015年,汲取欧洲顶级户外音乐会的精髓,以一如既往的高规格、高标准演出、独特的演出场地,在沪上已成功举办30余场音乐盛典。今年一举进入有着58年历史的上海之春国际音乐节,使其展现着更广阔的舞台。

继4月29日中国三大男高音魏松、戴玉强、莫华伦专场音乐会豪华开启中鹰·黑森林本季森林音乐会序幕后,5月6日晚,《青春颂》——青年男高音歌唱家王凯专场也如期圆满举办。

不同于传统建筑关注的最基础的房屋居住功能,中鹰·黑森林早在十多年前就开始反思中国式居住方式并进行自我颠覆。在建筑科技取得了瞩目的成就之后,再次提出了“建筑科技、绿色森林、音乐、艺术、美食、运动”6大品牌理念,希望让更多的人住在住的舒适的同时,得到更多的精神满足。

鸡精创始人赠送鲜味科学书

青年报 解敬阳

近日,中国鸡精创始人、中国调味品协会复合调味料专业委员会主任委员、上海太太乐食品有限公司董事长荣耀中在江南大学食品学院进行“鲜味”科学学术交流,并向该学院赠送《鲜味科学与鸡精调味料工艺概论》30册。据了解,该书是行业内首次生动而系统介绍鲜味科学知识及其工业化发展之路的专著。该书还将翻译成英文、日文出版。

荣耀中还从中国鸡精大发展和鲜味科学的研究及中国食品工业民族自信等多方面做了分享。关于味精和鸡精的发展,他介绍,早在1908年,日本科学家池田菊苗提取出谷氨酸钠后,谷氨酸钠才登上调味料的舞台。到了20世纪20年代,我国近代化工专家吴蕴初用水解法生产谷氨酸钠,由味中精华而将其名为“味精”,并于1923年创办天厨味精。

1985年,荣耀中受日本新型复合调味料的启发,开始探索味

精的升级。在此过程中,他被派到河南省南乐县做一个扶贫项目。在那里,他尝试把当地的鸡加工成一个可以发展经济的新型工业性产品,这就产生了鸡精。

关于鲜味科学,荣耀中认为,人对鲜味觉的认识,是一个不断渐进的过程。鲜味是人类最晚认识到的一种味觉。“鲜”,是人类第五种味觉,酸、甜、苦、咸、鲜。“鲜”,是人类味蕾对蛋白质滋味的感知和反应。

目前鸡精在生产工艺上有提取法、干发、湿发3种。其中湿法是由生鲜料(新鲜的原料)加工而成。其精度是其他方法的100-200倍,更能保持鸡肉、蒜、蛋这些新鲜原料的口感和风味特征。但生鲜料加工是一个世界性的难题,要保证产品的卫生指标达标,必须具备先进的生产技术和工艺。太太乐做到了,还突破了另外一个世界难题,那就是解决抗氧化和保持鲜味的矛盾,将中国传统的制药技术运用于鸡精,该技术领先于国际复合调味品业。

“亲水大使”上线 参与河道治理

青年报 解敬阳

从今天开始,一个全新的平台——“亲水大使”志愿者平台在浦东张江镇正式上线。据了解,这一平台旨在方便志愿者为张江的河道治理献出一份力。目前,“亲水大使”志愿者平台共4大板块,分别是志愿者、河道查询、大使巡河和随手拍。只要在志愿者证板块签字注册过的志愿者,都可以进入其他3个板块,参与互动。

志愿者可以在河道查询中

了解到张江镇市、区、镇、村级河道的详细信息,河道的长度、河长、等级、起点、终点、养护单位等均一目了然。

大使巡河板块能详细记录志愿者巡河的全过程。在巡河过程中上传河道照片、用图文形式反映河道所出现的问题,也可以一键进行监督投诉,相关部门收到后台信息后,会安排专人进行处理。

涓涓流水、岸清水绿。在我们的身边,其实处处有美景。为了更好的发现美,“亲水大使”平

台还特意推出了一个互动性很强的“随手拍”板块。志愿者通过该板块,将自己平时看到的美丽河道上传至平台,还能参与“点赞”活动。每月一小评,每季度一大评。此举不仅能将身边的美好河道与大家分享,还能根据受欢迎程度,获得精美礼品,可谓一举两得。

若想成为“亲水大使”志愿者,只要进入“今日张江”公众微信号,在自定义菜单中点击“张江大厅”的子菜单“红色张江里”,即能轻松进入。

百时美施贵宝两款新药获批

青年报 沈旖旎

百时美施贵宝近日宣布,两款用于全口服直接抗丙肝病毒联合治疗方案的药物,已获中国国家食品药品监督管理总局(CFDA)批准,用于治疗成人基因1b型慢性丙型肝炎。

据了解,百时美施贵宝于1982年进入中国,公司在肝炎、

肿瘤和免疫肿瘤等疾病领域处于行业领先地位,此前在乙肝抗病毒药物方面曾服务超过100万名中国患者。

此次在华获批的是百立泽(盐酸达拉他韦片)和速维普(阿舒瑞韦软胶囊)。作为首个全口服直接抗丙肝病毒联合治疗方案,其治疗原理是采用靶向治疗,配合使用蛋白酶抑制剂。