

携手四地政府 助力非遗保护

Airbnb爱彼迎“体验匠心” 非遗旅游示范项目 在穗正式启动

文/爱彼迎 图/爱彼迎、全景



今天, Airbnb 爱彼迎“体验匠心”非物质文化遗产旅游示范项目在广州正式启动。爱彼迎正式宣布与广州市越秀区、北京市东城区、成都市、贵州省黔东南州四个城市和地区建立战略合作伙

伴关系, 通过与重要文化旅游目的地的政府携手合作, 爱彼迎将对非物质文化遗产进行旅游体验化融合, 保护和传扬中国传统文化, 提升旅游产品文化品位。在启动仪式上, 广州市越秀区人民政府

副区长陈伶俐、贵州省黔东南州副州长叶兴斌、成都市文化广电旅游局副局长王敏、北京东城区文化和旅游局副局长魏瑞峰、广州市文化广电旅游局非遗处处长严明以及爱彼迎中国总裁彭韬等嘉

宾出席活动并发表讲话。

在“体验匠心”项目中，爱彼迎将对四地非遗传承人开展针对性的多场旅游技能和文化传播培训，邀请非遗匠人来担任体验达人，最终形成多个市场化的“非遗”体验产品陆续上线爱彼迎平台，将博大精深的中国传统文化发扬光大。爱彼迎将与分布在中国大江南北的四个重要文化旅游目的地的政府紧密合作，通过推广“共享住宿+文化体验”的文旅融合发展模式，助力提升旅游目的地质量和品位，保护地方非物质文化遗产和传统文化，深度推进文化与旅游的融合创新发展。

爱彼迎中国总裁彭韬表示：“作为共享经济的领军者，爱彼迎致力于利用旅游和文化产品的创新发展促进人与人之间的连接，以非遗体验达人作为文化交流的纽带，弘扬非遗背后蕴藏的绚烂文化。爱彼迎还将发挥其自身平台优势，以及强大的全球网络效应，助推中国非遗文化走出国门，提升国际文化竞争力，让全球更多的人认识到、体验到承载着中国文化内涵、民众生活热情和丰富多样形态的非物质文化遗产，助力中国传统文化与技艺的繁荣兴盛。”

此次启动仪式的选址位于东山新河浦历史文化街区，该街区内还完整地保留着广州市现存规模最大的400多栋中西结合近代住宅建筑院群。以“共享住宿+非遗体验”的模式活化历史街区，将民宿、创意、休闲等业态注入，使百年洋房别墅群焕发新生，让历史街区充满活力和文艺气息。在项目启动现场，还首发了“东山印象”非遗体验系列文化漫步旅游线路，带领大家穿越百年时光，感受岭南和广州文化的历史与新生。

广州市越秀区人民政府副区长陈伶俐表示：“我们非常荣幸与爱彼迎就‘体



验匠心’非物质文化遗产旅游示范项目进行战略合作，以‘东山新河浦历史文化街区’作为合作试验地，组织街区内的商旅文资源、特色非遗项目与爱彼迎对接，利用爱彼迎国际化平台，将引领‘东山印象’品牌转变为‘体验项目’从而推广给全球游客，打造广州文化旅游新名片。”

在启动仪式上，世界旅游联盟也与爱彼迎联合发布了题为《旅游创新与文化保护：以Airbnb爱彼迎为例》的研究报告。世界旅游联盟秘书长刘士军指出：“世界旅游联盟始终重视保护全世界旅游目的地的原真文化，倡导负责任的旅行，推动全球文化和旅游的融合发展。希望通过与爱彼迎共同回顾其在共享经济、旅游创新和文化保护方面的全球实践，积极探索以市场为导向的多方合作模式，为行业发展提供一定借鉴。”

报告指出，放眼全球，爱彼迎正积极与世界各国各地政府及文化遗产保护机构展开通力合作，借助其全球网络和

社区资源，推动可持续的文化保护工作。同时在中国，爱彼迎平台已经有超过50个非遗类体验分布在北京、上海、广州、成都等10座城市，覆盖了传统手工艺技能、传统茶艺、传统陶艺、传统美食、戏曲武术、琴棋书画等类别，涉及世界级非物质文化遗产项目的体验有30项。其中，北京和上海非遗类体验数量领先于其他城市。预计今年内，爱彼迎平台上的非遗类体验的数量还将翻一番。

以共享住宿为出发点，Airbnb爱彼迎正在拓展旅游的宽度。通过多样化的产品，在重新定义可持续旅游同时，带给人们更原汁原味的生活体验，同时增进人们对当地文化的认识，唤起他们保护传统文化的意识。2016年11月，Airbnb爱彼迎体验正式在全球上线，时至今日爱彼迎上线的体验数量已经增长到超过3万个，遍布全球1000多座城市。在中国，体验业务已经遍布上海、北京、成都、杭州、广州等25座城市，已上线超过2000个可供预订的体验项目。

进驻“馨园”广州非遗体验介绍



广东醒狮

广东醒狮，是国家级非物质文化遗产代表性项目。

醒狮由唐代宫廷狮子舞脱胎而来。狮舞艺分南北，南狮展现的是阳刚之气，以广东醒狮最具代表性。醒狮表演，融音乐、舞蹈、体育、武术于一体，在大锣大鼓中，由大头佛引领，以采青为主题，一头、两头，甚至几十上百头，翻飞跳跃，壮观热闹。

非遗匠人：赵伟斌，广东醒狮省级代表性传承人，广州市工人醒狮协会会长。

体验内容包括：

- 在广州市越秀区文明路 65（市一宫内），南国醒狮会馆参观；
- 观看介绍视频；
- 舞狮老师现场讲解广东醒狮的历史传承、文化特色、工艺技法；
- 观摩自主研发并申请多项专利的精美文创产品；
- 由舞狮老师在户外指导狮舞基本动作，舞狮头，拍照照；
- 和舞狮老师一起在室内体验彩绘狮子头；
- 获得纪念品狮头钥匙扣一个。

广州饼印

广州饼印制作技艺，是广东省省级非物质文化遗产代表性项目。

广州饼印又称饼模，是生产广式月饼、杏仁饼、龙凤礼饼等各式传统广式饼食的主要工具。广州饼印的制作技艺历史悠久，清朝同治年间已有数家饼印作坊，其中就有传承至今的饼印制作世家“余同号”。广州的陶陶居、莲香楼、大同酒家、泮溪酒家等餐饮老字号制作点心、月饼的饼印皆曾出自余同号。

非遗匠人：余兆基，广州饼印市级代表性传承人，余同号第五代传人。

体验内容包括：

- 在广州市越秀区东华东路瓦窑后横街 12 号东山别院客栈内，听余兆基老师讲解饼印的历史传承、文化特色；
- 欣赏余兆基老师的代表性作品及年代久远的饼印模具藏品，观看余兆基老师演示工艺技法；
- 由余兆基老师指导亲手雕刻独具广州特色的饼印模具；
- 老师指导现场和面和馅，用刻好的模具做饼；
- 获得纪念品手工饼印模具一个，及成品饼的小礼盒装。



剪纸

剪纸制作技艺，是国家级非物质文化遗产代表性项目。

广州剪纸注重运用国画线条的律动、阴阳结合的均称和西洋画近大远小的透视原理，具有浓厚的岭南特色。

非遗匠人：练晓红，广州剪纸区级代表性传承人，广州市工艺美术行业协会理事。

体验内容包括：

- 在广州市越秀区培正路 12-14 号明园民宿内，参观上世纪 20 年代留下的中西合璧的老宅；
- 听练晓红老师讲解广州剪纸的历史传承、文化特色；
- 观看练晓红老师演示工艺技法，欣赏剪纸作品；
- 由练晓红老师指导，运用广州剪纸的基本技法：圆、尖、方、缺、线，亲手剪制一张独具广州特色的精美剪纸，贴在团扇面上；
- 获得自己参与制作的剪纸团扇作为纪念品。

“

作为共享经济的领军者，爱彼迎致力于利用旅游和文化产品的创新发展促进人与人之间的连接，以非遗体验达人作为文化交流的纽带，弘扬非遗背后蕴藏的绚烂文化。

”

通草画

通草水彩画绘制技艺，是广州市越秀区区级非物质文化遗产代表性项目。

通草画是广州 200 多年前的一种外销画。指中国画家采用中西绘画原理和技巧结合方式，在通草树心切片“纸”上绘制反映中国本土风情的水彩画。它兴起于 18 至 19 世纪，当时在西方风靡一时，曾被英国维多利亚女皇、俄国沙皇尼古拉二世视若拱璧，鸦片战争后逐渐没落。通草水彩画因其独特的用材和笔法充满了浓郁的岭南色彩和高超的写实性，成为广州向西方世界展示中国历史文化的窗口，以及西方人了解当时中国和广州社会的重要载体。

非遗匠人：苏昕，通草水彩画绘制技艺区级代表性传承人，高级美术教师，越秀区少年宫美术书法部部长。

体验内容包括：

- 在广州市越秀区新河浦二横路 1 号润园旁的小白楼工作室，参观通草画小展馆，欣赏馆中通草画作品；
- 听指导老师讲解通草纸的材质特色，通草画的历史文化、演变传承；
- 观看指导老师演示通草画工艺技法；
- 和指导老师一起在材质独特的通草纸上绘制自选的图画；
- 完成后由指导老师加工整理，装入相框，成为一份独特的纪念品。



漫步东山新河浦介绍

在繁华喧嚣的广州，有一处宁静惬意的地方，那就是东山新河浦，在这里可以享受久违的慢时光。这里 400 多栋洋楼建筑，既吸收了西方建筑风格还融合了岭南特色，形成独一无二的“东山洋楼”建筑群，是广州最具辨识度的文化名片。漫步东山新河浦街区，行摄老东山“五大侨园”，用镜头定格传统建筑的历史记忆；打卡洋楼里的艺术空间、咖啡馆，听店主介绍洋楼背后的老故事；参加精品民宿里的非遗体验，和非遗老师交流非遗传承和生活点滴；感受不同于西关的“东山印象”，体验最地道的“广式生活”。



奇迹旅行2019高端旅行趋势分析在京发布 盘点五年高端旅游市场变化

文/众信旅游 图/全景

随着高端消费者年龄、教育、收入、消费观念和消费者信心的变化，以及城市代际差、地域差等流动性变迁，中国消费方式正在发生着革命性演化。多维度的改变叠加在一起，使得中国消费者的最终消费行为差异产生了更为多元的变化。与此同时，中国高端旅行消费市场也在无形中发生了深刻的改变——定制消费需求意愿明显增强；出游目的地更加小众个性；体验式消费文化不断深入；80、90后逐步成为主流消费群体，预计这些都将成为高端旅游消费市场注入无限的驱动力。

作为一家专注出境业务的旅游公司，众信旅游集团每年服务于超过200多万人次游客出行，其旗下高端品牌——奇迹旅行持续五年深耕高端旅游市场，基于旅游行业的视角分析，发布2019高端旅行的趋势特点。

高端旅行人群构成趋势变化

趋势1：60、70后依然占据高端旅行主体消费位置

四十岁以上的高端客户占据了奇迹高端客户的85%，这类客户有着稳定的

财务收入，短期经济变化等大环境对他们消费决策影响不大。极致之地和定制化旅行是这类人群的出游首选。

趋势2：2-3线城市消费人群持续增长

从奇迹旅行高端产品人群地域来看，北京、上海等国内一线城市依然是高端产品主要购买者，西安、成都、杭州、昆明等2-3线城市的高端客群已经形成规模，出游人数逐渐增多。这类客群虽然接触旅行时间不长，但旅游粘性较强，定制、高端需求表现十分旺盛，对于更多小而精目的地的探索、更为新颖的旅



行体验，都是他们追逐的新方向。伴随着国际航线增开更多航点、各国签证政策逐步放开，使游客出游热情得到持续释放，不难看出旅游已经成为他们重要的生活构成，消费增速直逼一线城市。

趋势3：高端旅游市场低龄化趋势显现

自2016年以来，80、90后逐渐进入高端旅游市场，逐渐成为中国境外高端游的后起之秀。这类年轻的客群通过打拼迅速成为消费中坚力量，他们更加注重旅行享受，追求生活品质，看中性价比，寻求刺激和探险，有个性化的偏好，

更易受到社交媒体的影响，在他们的境外游目的地中更加追求网红款或明星同款，年龄相仿的高端群体，社交圈旅行、圈层文化表现十分明显。

高端旅行出行方式趋势盘点

趋势1：定制化旅行将定义高端新方向

根据奇迹旅行数据表明，高端人群出行对舒适度、自由度、隐私度要求更高，除了难以通过自由行抵达的极致目的地，可以参团旅行外，其他的目的地都愿意

选择通过5人以内奢华小团或私人订制来完成。这一趋势预计将会在未来更加明显，因此也对高端定制化旅行服务机构提出更高要求，经验丰富的私人旅行规划师将成为高端人群出游标配。

因此，奇迹旅行也着重培养私人旅行设计师，持续5-10年的高端旅行浸泡，

使他们不仅需要拥有高端旅行思维、熟悉高端客人的消费特点和偏好，对高端旅行资源掌握如数家珍，还要具备根据不同客户搭配合适高端资源的能力，最终给客户难忘而满意的感受。

趋势2：高端用户出行天数更长，更偏爱深度旅行

奇迹旅行数据显示，高端旅行时长在逐年增加，越深度、越细致的旅行产品受到格外青睐，这类游客对目的地的探索已经脱离了走马观花的阶段，更愿体验普通游客去不了的地方、品尝当地的美食、安排有特色的活动等，这些都是深度旅行的标签。目前奇迹旅行超过 10 天的行程占了所有产品总量的 95% 以上，高端客户普遍觉得 15 天左右的行程是可以接受的旅行时长。超过 30% 的高端客户表示可以接受更长时间的旅行时长。

趋势3：邮轮、滑雪、轻奢度假成新宠 互联网加速高端体验

邮轮旅行一直以来作为西方人青睐的慢节奏旅行方式，近年来也逐步被中国高端人群所接受。无论是刚刚兴起的缅甸河轮、还是极致探险类的南北极邮轮，亦或是神秘悠长的西非银海邮轮，举家乘坐移动的奢华酒店，把与内陆不同目的地城市连接起来，带着家人感受轻松而美好的旅行。

随着互联网进程不断提高，中国消费者也在追随国外先进的旅行体验。我国的高端消费人群在快速学习国外高端人群乐于积累财富，更重视享受的生活方式。夏天度假，冬天滑雪，享受奢华特色酒店，融入大自然，体验登山、骑行、游泳、冲浪以成为我国高端消费者度假的新方向。于是催生了超长连住类“慢”生活体验系列产品，如夏季高端度假村纯度假类产品，冬季北海道、瑞士、法国等滑雪类产品等。随着生活体验感的美好，这一趋势也将在更多高端人群中蔓延。



高端人群旅行目的地的趋势分析

趋势1：越小众、越难以抵达的目的地将为高端旅行黑马

高端人群作为整个社会的佼佼者，他们具有社会成功者带来的强烈优越感，在旅行目的地的选择上也凸显了这个特点，自然景观丰富、震撼、奇特、难以抵达，且中国人少、异于常规的小众旅游目的地成为他们旅行的目标，比如：西非、大溪地、加拉帕戈斯群岛、堪察加半岛、北极点、亚马逊丛林、丘吉尔小镇等。这种目的地难以抵达难度、高昂价格、稀有程度是区分阶层旅行的标





“随着高端消费者年龄、教育、收入、消费观念和消费者信心的变化，以及城市代际差、地域差等流动性变迁，中国消费方式正在发生着革命性演化。多维度的改变叠加在一起，使得中国消费者的最终消费行为差异产生了更为多元的变化。”

去国外买房看房、到国外做健康体检等。对于个性化服务要求更多样细分，比如选择餐厅类型，导游的性别、知识层次，交通工具的舒适性、私密性、灵活性等都是个性化需求服务的表现。

趋势2：产品性价比并非无人关注

高端人群对于旅行预算，成本控制更加关注，选择高性价比产品，反而是他们精明生活、优秀的财务管理能力的体现。产品的特点体现在产品体验感、酒店餐食级别细分、目的地深度新颖等方面。独特性高、性价比好的产品往往最受追捧。对于奇迹旅行而言，高量产化产品将更好地提升自身议价能力，从而使产品有长久的驱动力，也将是我们追求的目标。

趋势3：旅行计划性增强 出游习惯逐渐养成

国人在旅行时间、频次周期的方面往往缺乏提前规划的习惯。这一特点在高端人群中率先打破。高端人群往往是最早进入出境游市场的游客，随着高端游客出游频次不断增加，出游经验不断积累，在高强度的工作压力下，促使他

识。

趋势2：热点事件持续影响高端人群出游目的地的选择

高端人群出游目的地的选择另一大因素就是世界的热点事件发生地。参与热点事件会为高端人群带来持续体验感和话题感，丰富他们的社会话语权。比如世界杯、奥运会、英超联赛、西甲联赛期间，俄罗斯、巴西、英国、西班牙就成为了高端人群那一时期追捧的旅行目的地。此外举世瞩目的全球节庆也成为了高端旅行的特殊体验，如西班牙奔牛节、印度洒红节、加拿大卡尔加里牛仔节等，更能彰显高端人群的旅行意义；

一带一路国家的“东亚火车”游，则是顺应国家政策应运而生的高端旅行产品。虽然热点事件、盛大赛事、著名节庆对于目的地价格撬动较大，但并不影响高端游客的出游决策。

旅行需求更加丰富，出游目的精准

趋势1：个性化服务需求明显

高端人群除了对目的地选择上有自己的想法，对于每次出游目的也十分明确，有单纯的旅行目的：赏极光、追北极熊、探险热带雨林；又或是多样的生活化出游目的：为孩子留学了解学校、

们提早地规划自己的假期，更好地平衡生活与工作的关系。高端人群最快速地在私人定制师的引导及规划下选择利用年假、拼假、错峰等方式，为自己制作完善的出游计划，从而更为有效地控制成本、把控资源，错峰出游，拥有最佳的旅行体验。

趋势4：细节体验 丰富旅行感受

在同样的时间长度，旅行时会感觉时间变慢，所以旅行改变了人生的宽度。高端旅游者在同样的目的地中喜欢加入更多体验感的活动，比如漂流、骑行、滑翔、亲手淘金、制作纪念币、学习烹饪、参加婚礼、参加祭祀等等，通过这些安排会使得他们更多地融入当地文化、细节体验，收获更有意思的旅行感受，丰富他们的人生阅历。

高端人群价值观、社会观趋势（5分到1分）

价值观趋势：

追求高品质生活 4.1

喜欢挑战，完善自我 3.9

爱尝鲜，追求新创意 3.8

喜欢与众不同 3.6

社会观趋势：

喜欢共同爱好的圈子 3.7

喜欢和精英、土豪做朋友 3.1

群体中的意见领袖 3.1

获取高端旅行信息的渠道

趋势1：微信、微博成为排名第一的获取方式

随着我国数字化进程不断提升，移动互联网已成为公众获取旅游信息的重要渠道，从而也改变了旅游业的营销方式。高端人群更偏好数字化的应用，如微博、微信公众号以及微信小程序等让

他们感受科技带来的“足不出户，定制旅游”的便捷服务。此外，高端人群对于品牌认知度更高，更偏向于知名品牌或某一领域专业品牌。

趋势2：圈层营销或将成为高端旅游市场第二获客方式

高端人群对于自身社交圈层有着严格的阶层划分，因此更愿听取与自身实力相当的朋友建议，同一圈层的活动更容易让他们产生共鸣，从而促成出行。高端人群圈层社交属性很强，因此通过口碑相传能够更好地进行品牌传播，为品牌背书。此外高端人群的又一大的特点就是复购率高，对品牌忠诚度高。

趋势3：会员服务、老客户追踪是提升品牌增值服务的源泉

经过奇迹旅行五年的发展，我们发现会员俱乐部、会员活动等方式更易将高端人群融合在一起。志同道合的旅行朋友，通过持续性的增值活动将更好的提升会员粘性和忠诚度。完善的会员服务体系将为他们提供第一手的旅游信息以及更加贴心的增值服务，不断刺激其消费。

高端旅行+N 需求未来发展趋势

趋势1：高端海外医疗成为高净值人群最迫切的消费需求

随着人们对于健康生活的重视与追求，高端旅游人群不只局限于旅游购物、文化娱乐，社交空间，对于“医+旅”的消费模式正逐年递增，且发展势头惊人。高端人群财富已不再仅限于积累房产、车产等硬件设施，而更多开始侧重于健康领域，去日本做体检、感受海外优质的医疗服务，成为国内高收入人群的新宠。因此奇迹旅行在2017年推出“奇迹健康”板块，其业务涉及海外体检、

抗衰、辅助生育、高端医疗等，其涉足健康旅游人数每年也在成倍增加。凭借众信旅游集团出境旅游业务27年的深耕，为高端客户积累了大量海外一手医疗资源，也为海外高端医疗业务保驾护航。

趋势2：海外移民置业成为高端人群的资产配置的主要方式

调查显示高达80%的受访高净值人群表示未来有海外投资置业的需求，超过半数已有海外投资经验。地产成为他们最为热衷的海外投资目标，占比超过四成。众信海外移民置业，依托集团旅游优势，在境外投资度假村，再利用游客充实住宿，使得海外房产项目成为高端人群投资的新方式。

趋势3：海外教育资源成“刚需”

中国人的传统思维影响下，对下一代教育和培养占据家庭中最大的投入。“让下一代接受最好教育”思维，让海外游学、留学迅速攀升成高端人群的第一刚需。子女出国深造几乎成了高端家庭100%的选择。众信游学·留学成立3年给出的数据显示，其每年业务增长比例接近80%。

奇迹旅行简介：

奇迹旅行，作为A股上市企业众信旅游的高端品牌，耕耘高端旅行5年，深处行业最前沿，致力于打造一生难忘的高品质旅行，服务5000余名会员，敏锐的触角感知高端旅行的点滴变化，看到趋势，引领趋势，选择奇迹，同趣者同聚，逐梦者逐行，成就丰盛的人生。

从2013年到2018年，奇迹旅行每年都获得了《胡润百富》中国大陆最佳奢华旅行社前10名，被海达路德邮轮、庞洛、夸克等顶级探险邮轮公司授予全球十大合作伙伴之一。