

年轻人社交需求增加 “微度假” 今年接着火（节选）

2023 年 03 月 05 日 03:42 来源：北京青年报



过去几年，周末游、周边游等“微度假”成为旅游消费市场的全新增长点。进入 2023 年，随着年轻人社交需求的增加，他们同样不再执著于空间距离上的“远方”，而是选择在城市及周边发现新潮玩法，进行深度体验。

“微度假”被认为是下一个旅游风口。

北京人不拘一格、爱好广泛；上海人咖啡酒吧、精致小资；广州人喜欢省内游；深圳人亲子家庭自驾成风。

所谓“微度假”，是以城市为中心，辐射周边的，近距离、短时间的旅游休闲方式。“微度假”有着多种多样的组合模式，并且仍在不断发展，变化和变形之中。

来自北京新生代市场监测机构的相关调查报告认为，“微度假”是一个观察中国消费文化的绝佳视角，也是一个持续增长，发展潜力巨大的新兴市场。

目前业界普遍认为，“微度假”是以一线、二线城市及其周边为主，车程在两至三小时，为期两到三天的一种频次较高、满足感较强的新兴旅游模式。具体可分为三类，一是休闲活动：包括 KTV、看歌舞剧、喜剧，去咖啡厅、酒吧，听音乐会、演唱会，郊游、野营等。二是体育活动：包括高尔夫球、登山、远足、爬山、钓鱼等。三是旅游活动：包括省内游、主题乐园等。

2023 年，“微度假”会产生什么新的变化呢？

报告认为，趋势一是“有娃家庭”可能更快地加入“微度假”行列。

从 2021 年起，大背景下的亲子家庭出游习惯出现改变，短期、近郊、带教育属性的研学和主题亲子营更受追捧；2022 年暑假，亲子游和夏令营成为家庭流量和消费交易的核心载体。“家门口遛娃”成为年度大趋势，“带着娃，说走就走”的趋势也更加明显。

趋势二是美食夜市类、街区与文旅综合类“微度假”业态可能最受国内都市人群喜爱。数据显示，2016 年以来中国夜间经济规模快速增长，截至 2020 年年底，中国夜间经济规模突破 30 万亿元，较去年同期增长了 5.0%，预计 2022 年

将突破 40 万亿元。

趋势三是营地露营市场逐渐增长。2022 年露营经济整体市场规模增速达到峰值，随着疫情影响程度逐步缓解和市场逐渐恢复，露营市场整体增速放缓并呈回落趋势，但整体增长速度仍较高。预计 2023 年国内露营市场总体规模可达 1781.4 亿元，同比增长 46.3%。

消费者层面，针对一线城市“微度假”市场的专项调研显示，不同城市“单身人群”的“微度假”渗透率差异明显。北京单身人群在主题公园、郊游、野营、省内游、登山、远足、爬山的比例较高；上海单身最为精致小资，最喜欢去咖啡厅、酒吧，其次是主题公园；广州单身人群省内游比例也较高，可以看出广州人不论成家与否都很喜欢省内旅行。

亲子家庭方面，北京亲子家庭的“微度假”参与模式多样化，在郊游、野营、咖啡厅、酒吧、游乐场和主题公园的比例较高；上海的亲子家庭除了省内游，也愿意去咖啡厅、酒吧或者主题公园消遣；广州的亲子家庭省内游比例非常高；深圳的亲子家庭驾车兜风比例最高。（北京青年报记者 陈斯）

单词：	zhízhe 执着	xīncháo 新潮	shēndù 深度	tīyàn 体验
	jīngzhì 精致	fúshè 辐射	píncì 频次	bùjiūyīgé 不拘一格
	zhuīpěng 追捧	huíluò 回落	shèntòu 渗透	xiāoqiǎn 消遣

讨论：1. 受疫情影响，微度假旅游正逐步成为旅游业未来重要的发展模式。你认为这将如何影响后疫情时代旅游业的发展？请谈谈你对微度假旅游的看法。

2. 你喜欢怎样的度假方式？为什么？

源新闻：<https://www.chinanews.com.cn/sh/2023/03-05/9965512.shtml>

音声 URL：<http://ttn.co.jp/sound/text/files202303171679011507.mp3>