

# “万元游欧洲”成历史 “没钱出国游，有钱国内走”还行得通吗？

## 2 国内游综合体验提升

随着学生暑假的到来，暑期出游报名将迎来热潮。

与2019年前流行“没钱出国游，有钱国内走”不太一样的是，近两年越来越多旅游爱好者将目光投向了国内旅游目的地。从每年暑假都大热的新疆、宁夏、青甘环线等大西北线路，到三亚、成都、西安、青岛等传统暑期热门旅游地，再到甘肃天水、江西景德镇等新兴网红目的地，都将在今年暑期迎来大批旅游者。

国内游“真香”这一变化，缘何发生？

## 1 “万元游欧洲”成历史

2019年，“没钱出国游，有钱国内走”的说法一度流行，缘于北京一对小夫妻算了笔账：去越南，单人往返机票1500元（以人民币计），同一时间往返广州最便宜的机票是1900元；在越南住相当于四星的民宿，3天950元，景点门票大多只需10元，餐饮消费也很便宜，玩一趟花不了多少钱。

这条帖子很快引发热议，不少游客跟帖称，假日国内游人山人海、景点门票贵，还要时刻担心被“宰”，真不如去国外旅游性价比高：去海南旅游的花销可以去一趟东南亚海岛住好玩好，去一趟新疆、西藏的费用够去一趟欧洲，不仅自然、人文风景没得挑，异域风情更是加分项，“没钱出国游，有钱国内走”的说法由此不胫而走。

不过，这样的形势近两年已悄然改变。上海师范大学旅游学院副教授刘德艳与朋友交流时发现，“万元游欧洲”已基本成为历史：“我朋友准备暑期出游，先看了东南亚方向，发现不少线路报价比2019年贵了近1/3；又看了20天左右的意大利、西班牙和葡萄牙方向的线路，报价基本都超过4万元。算了算，一家人出去一趟开销不小，最终决定放弃。”

签证难的问题也客观存在。今年4

月，上海市民林女士计划去意大利，发现很难约到签证名额。最终，她辗转找到一家机构，加价3580元抢一个意大利签证办理名额，终于顺利成行。刘德艳也不时从身边亲友处听说有人被拒签的消息。这种行程规划中的不确定性，令部分出境游爱好者打起了“退堂鼓”。

春秋旅游副总经理周卫红坦言，重启后的出境游费用的确有所上涨，除了能源危机导致的石油、天然气价格上涨和境外酒店、交通资源涨价外，持续三年的出境游“断档”也直接影响了旅行社获取资源的价格。2019年及以前，中国游客出境游体量比较大，旅行社通常会提前好几年布局境外资源，如提前两年买断日本某个酒店的客房，以较低的价格控制房源，后期再打包成旅游产品后零售。“但去年2月中国公民出境团队游正式开放时，境外旅游市场已经提前恢复，国内的旅行社此时在境外已经很难拿到价廉物美的地接资源，最终也会体现在旅游报价上。”

此外，签证预约难、部分国际航线尚未恢复至疫情前水平等因素，都对出境游市场的复苏造成了一定制约。目的地的治安情况和友好程度，也成为人们考虑是否出境游的重要因素。

与出境游市场面临的困难重重相比，近两年国内游迅速崛起。从最早的淄博烧烤大热，到哈尔滨冰雪游、天水麻辣烫、开封王婆等接连出圈，国内多地文旅部门直接“下场”揽客开启“宠粉”模式，都为国内游带来了持续的热度，也大幅提升了其友好度和综合体验。2019年前热衷于出境游的谢女士，去年暑期的家庭游去了青岛，今年打算走一趟涵盖了青海湖、甘肃敦煌等地的青甘大环线。

社交平台主推的“种草”模式，也为国内游带来了丰富的选择。以上海为例，先是徐汇滨江“人体工学”草坪出圈，《我的阿勒泰》播出一段时间后，开放已两年多的世博文化公园内的音乐之林草坪忽然以上海的“阿勒泰草坪”之名大热。近几天，由原上海航海仪器总厂改建而来的EKA·天物，又成为社交平台博主们的打卡新宠。全国范围内，近期因热播剧《我的阿勒泰》人气飙升

的新疆，早已延伸出农贸市场和桦树林打卡、雪季玩雪等小众玩法；前几年曝光率颇高的独库公路已非新疆“顶流”，被称为“最美国防公路”的S101成为社交平台上新的流量密码，令人目不暇接。一些会玩的高端游客，甚至在旅游机构协助下去到了川西羌塘无人区。

国内游成本下降，也成为大势所趋。“这几年国内不收费的区域增加，还有目的地针对重点客源市场推出景区免费措施，降低了出游成本。之前上海的‘中国式风景’林风眠、吴冠中艺术大展免费开放，吸引了许多艺术爱好者前来。另外，City walk、乡村旅游、古镇旅游都可以不怎么花钱，不一定非要去景区旅游。”刘德艳发现，只要游客玩得开心，他们在二三线城市的花销并不低。以今年元旦假期的公开数据为例，游客在哈尔滨的人均花销约1940元，这一数字甚至超过了同期部分一线城市游客的人均花销。

## 3 抢客战方兴未艾

国内游火爆之余，各个旅游目的地的文旅“抢客战”仍在继续。

6月7日，苏州文旅部门宣布除部分重点景区和博物馆外，苏州全市其他A级景区、文化场馆、宗教活动场所取消实名预约制，赚足了上海这一重要客源地的眼球。事实上，在苏州宣布这一措施前，上海、北京、沈阳部分景区和文化场馆已经取消参观实名预约制。6月10日，上海市文旅局发布公告，重申了这一原则。

与此同时，江苏扬州和盐城、西藏定日等近日纷纷来沪，推介当地夏日文旅资源和玩法。多地文旅部门竞相刷“存在感”，缘于暑期是一年中时间跨度最长的文旅消费旺季，也通常是亲子游客举家出游的大假期。在客源群体时

间、精力和金钱资源有限的情况下，“先下手为强”吸引游客，已成为多地文旅部门心照不宣的默契。

另一方面，出境游相对高价的现象，也将随着时间推移逐渐趋于合理。以泰国为例，由于国内飞往泰国的航班进一步恢复，从上海、成都、广州、兰州等多个航点飞泰国都有直达航线，因此相关线路的机票价格比出境游重新开放初期已有明显下降。近期，春秋航空执航的从上海往返普吉岛含税成人票价仅需约1730元，低于不少国内长途航线的票价。

不过，欧洲和北美方向上，尚需更长时间降低成本，国内游的优势仍将持续一段时间，形成一个难得的发展与提升“窗口期”。

据上观新闻

# 3元钱冰杯成便利店热卖单品，你认为值得买吗？

3块钱，你会选择买一瓶可乐还是一个冰杯？这个夏天，除了奶茶、咖啡、西瓜、冰淇淋之外，年轻人有了解暑新宠，它的名字叫——冰杯。随着相关话题在社交平台蹿火，冰杯已然成为便利店里热卖单品。

然而，冰杯3元左右的定价也引发了众多消费者的争议。有网友表示，冰杯其实就是加了食用冰的透明塑料杯，价格却卖到3元以上，如果再加上一到两种搭配的饮料，甚至超过10元，并不比一杯奶茶便宜，不少人觉得被价格“背刺”。为更精准地了解长沙便利店冰杯的售卖情况，近日记者进行了调查走访。

## 一杯冰块卖到3元左右

6月30日，记者随机走访了长沙多家便利店，发现多个品牌的冰杯均有在售。大致可分为两大类：一种是纯净水冰杯，即配料表里只有水；另一种是带味冰杯，包括咖啡冰杯、水果冰杯等。

一杯冰杯的价格比一瓶饮料的价格还贵？在中百罗森便利店，记者发现160克的普通冰杯价格为3元，另外还有一款160克的柠檬冰杯价格为3.5元，从外观上看，除杯底多附了一片柠檬，其他与普通冰杯无差别。“大部分顾客都是买来配饮料喝，天气热的时候卖得多一些。”该店店员说。而在新佳宜便利店，180克的普通冰杯价格为2.8元，杯身印着“佳宜咖啡”字样。除此之外还有袋装冰块出售，规格200克的价格为1.9元，规格1公斤的价格为6.9元。

虽然便利店冰杯多打着便利店品牌的标识，但实际仍由食品企业生产。如新佳宜的冰杯是湖南冰语食品有限公司生产，芙蓉兴盛的冰杯则由长沙翰泽冷饮有限公司生产。不同公司生产的冰杯价格不一致，杯子质量与外形也存在差异。

## 从厂到店，冰杯价格翻了一番

冰杯的流行离不开社交平台的推波助澜，许多年轻人将冰杯DIY饮品拍照分享到社交平台，迅速带动了流行风潮。但网友对于冰杯的讨论也分为截然不同的两派。

“主要是为了方便，而且这种冰块融化速度会慢一些。”记者采访了正在购买冰杯的顾客小陈，她表示自己经常买冰杯来泡咖啡喝，相对来说更加方便，更愿意支出这笔费用。

但也有消费者认为冰杯太贵，冰块的

成本本来就低，用塑料杯包装一下就卖3元钱未免太离谱。还有网友甚至表示麦当劳肯德基的冰都是免费提供，冰杯就是新型“刺客”。

记者咨询长沙一家制冰厂了解到，目前该工厂售卖的一箱冰杯价格为102元，共60杯，平均一杯1.7元。如果做代理，需要拿货500箱，价格为1.5元一杯。此外，工厂也可以提供冰杯定制，价格同样是1.5元一杯，但要5万杯起。从记者走访的情况来看，市面上的冰杯大多是3元左右。从工厂到便利店，价格翻了一番。

即便一众消费者认为冰杯价格过高，但由于市面暂无其他冰块购买渠道，自制冰块相较来说更加费时，多数年轻人仍然会选择直接购买冰杯。

## 制冰标准待完善，冰杯未来如何？

冰杯走红后，更多企业看到了商机。

除了新佳宜、罗森等便利店自营冰杯外，农夫山泉、冰极限等品牌也纷纷入局赛道。冰杯市场火爆，但目前我国尚未出台食用冰方面的强制性国家标准，目前市面上冰杯采用的标准不一。

“目前食用冰杯的生产和销售还处于一个比较初级的阶段，存在一定的风险和问题。”奥优国际董事长张玥表示，相关部门应该加强对食用冰的生产和销售的监管，制定更加严格的标准和规范，确保食用冰的质量和安

全。据了解，在部分国家，食用冰就是一种消费习惯。业内分析人士指出，冰杯系列产品主要为了满足当下绝大多数年轻人所追求的个性化和新鲜感的消费趋势，但也需要注意，目前我国在食用冰方面仅有行业标准，消费者在购买时需注意产品质量，避免以次充好。

据《长沙晚报》