



## ■ 一周头条

“关爱老年人，欢庆十九大”全国老龄委部署2017年全国“敬老月”活动。近日，全国老龄委下发《关于深入开展2017年全国“敬老月”活动的通知》，确定今年“敬老月”活动主题是：“关爱老年人，欢庆十九大”。

《通知》指出，今年“敬老月”活动时间从10月1日至10月31日（10月28日为老年节），主要内容包括：一是积极营造敬老爱老助老社会氛围。二是广泛组织走访慰问老年人活动。三是着力开展敬老爱老助老活动。四是大力宣传倡导积极老龄观。五是深入开展老年文化教育活动。

## ■ 行业信息

1. 池州市东至县跻身2017年省级乡村旅游示范县。日前，安徽省农委公布了2017年安徽省休闲农业和乡村旅游示范县、示范点名单，东至县被认定为2017年省级休闲农业和乡村旅游示范县，升金湖绿野现代农业示范园入选省级休闲农业和乡村旅游示范点。

近年来，东至县县委、县政府高度重视休闲农业和乡村旅游业发展，坚持把发展休闲观光农业作为驱动现代农业转型升级的重要引擎，不断拓展农业功能，延伸产业链条，丰富产品形态，对进一步促进农业强、农村美、农民富，建设美丽宜居乡村、健康村镇和美丽东至具有重大意义。

2. 暑期九华山机场客流创新高，旅客吞吐量达82351人次。目前，九华山机场已开通至北京、广州、深圳、厦门四个直达航班以及上海-成都、西安-宁波、宁波-天津三条往返的过站航线；暑运期间每天9-11个航班。7月1日至8月31日，暑运期间九华山机场实现旅客吞吐量82351人次，相比去年暑期运送67755人次，同比增长21.5%；安全起降航班872架次，相比去年730架次，同比增长19.5%，均创历史新高。截至到8月31日共完成旅客吞吐量303055人次，预计全年达到42万人次。

3. 滁州红色旅游发展规划纲要出炉，打造“红色旅游”名片。日前，《滁州市红色旅游发展规划纲要（2016-2020）》（下称《规划》）正式出炉，滁州将努力打造“红色旅游”这张重要的旅游名片。

据介绍，“十三五”期间，滁州市将以整合两大主题线索、培育五类精品线路、整合五大区带和建设八大景区为支撑，全面构建滁州红色旅游“2558”发展体系。

“两条主题线索”，即以新四军在滁州地区东进抗战和展开反摩擦斗争为主要内容



的“新四军皖东抗战与革命战争线索”和以小岗村农村改革创新历史及沈浩同志先进模范事迹为主要内容的“小岗村改革创新与艰苦奋斗精神线索”。“五类精品游线”，即“新四军在滁州”革命历史线、“不忘初心”历史精神传承线、名人事迹寻访线、“四色滁州”体验线、红色旅游区外联动线。“十三五”期间，滁州市还将积极整合资源，通过推进“红色旅游+”和产业转型升级，着力打造红色旅游新业态产品，推动“红色滁州”品牌建设。

**4. 旅游服务列入重点领域。**国务院近日印发的《关于进一步扩大和升级信息消费持续释放内需潜力的指导意见》（以下简称《意见》）提出，要进一步扩大和升级信息消费，充分释放内需潜力，壮大经济发展内生动力，并将交通旅游服务等生活类信息消费列为重点领域之一。

《意见》聚焦生活类、公共服务类、行业类及新型信息产品消费等重点领域，提出三方面政策措施，明确重点任务分工方案，着力推进信息消费升级。其中，生活类信息消费主要包括创新发展满足人民群众生活需求的各类便民惠民服务新业态，重点发展面向社区生活的线上线下融合服务、面向文化娱乐的数字创意内容和服务、面向便捷出行的交通旅游服务。

《意见》还提出，鼓励企业利用互联网平台深化用户在产品的设计、应用场景定制、内容提供等方面的协同参与，提高消费者满意度。支持企业加快线上线下体验中心建设，积极运用虚拟现实、增强现实、交互娱乐等技术丰富消费体验，培养消费者信息消费习惯。建立健全信息消费评价机制，研究建立并定期发布信息消费发展指数。

**5. “互联网”智慧养老为养老注入新活力。**第二届深圳国际老龄博览会（以下简称老博会）近日在会展中心闭幕，此次老博会参展机构、企业共计226家，各型展位共280个，展区面积1.5万平方米。“互联网+”成为本届老博会的一大亮点，“互联网+”不仅运用到老年教育领域，还运用到智能机器人领域。

其中，本次老博会展馆内特设有创新服务型机器人展区，展出深圳乃至全国的“互联网+”智慧养老产品，吸引市民目光的智能机器人也加入了老人护理的元素，此举为养老事业发展注入新活力。

随着我国逐渐步入老龄化社会，传统的养老方式越来越难以满足社会发展和民众需求。“互联网+”时代的来临，家庭智能养老机器人的研发与运用，为养老产业注入新的活力。

从智能服务机器人展区的参展商来看，深圳本地企业数量较多，深圳企业主动



在养老产业运用“互联网+”技术，积极为养老产业发展注入新活力。深圳市目前从事老龄产业的企业多达5000多家，遍布养老行业诸多领域。

## ■ 专题报告——2017年上半年全国自驾游（跨市）报告

8月30日，由国家旅游局数据中心、中国电信集团公司、银联商务股份有限公司共同举办的“旅游大数据联合实验室签约揭牌仪式暨国内旅游大数据发布会”在国家旅游局举行。

在此次发布会上，国家旅游局数据中心&中国电信联合实验室重磅发布了《2017年上半年全国自驾游（跨市）报告》，全面揭示了我国自驾出行游客的情况及规律特征。

从2016年开始全域旅游概念在全国范围内广泛传播，各地的国家全域旅游示范区创建工作开展的如火如荼。响应于此，众多的新型旅游形态同各地特有的旅游资源充分融合，形成了乡村游，自驾游，周边游为特色的全域旅游发展机遇。此外，伴随着消费升级和进入全面建设小康社会的攻坚阶段，新中产对个性化的旅游方式更加青睐，灵活、自由、随机的自驾游理所当然的成了最具代表性的研究对象。

### 一、全国自驾游出行关键指标

根据旅游大数据联合实验室数据统计，2017年上半年全国自驾游(跨市)游客共计2.23亿人次，出行平均停留时长41小时左右，平均过夜比为62.4%，平均出行距离142.8公里。从出行省份上来看，广东省出行人次排名第一，达到2292万人次，江苏1973万人次排名第二，四川1655万人次排名第三，排名四到十位的分别是河北、山东、陕西、湖南、安徽、浙江、湖北。

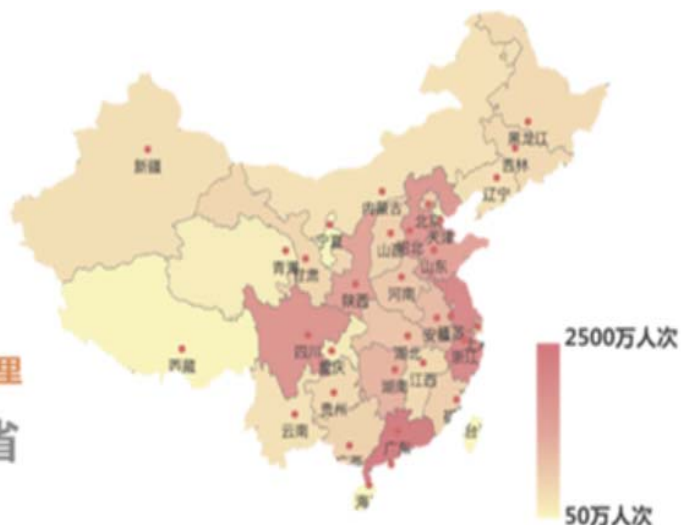
全国自驾游出行：

平均停留时长 41 小时

平均过夜比例 62.4%

平均出行距离 142.8 公里

出游人次最多省份 广东省

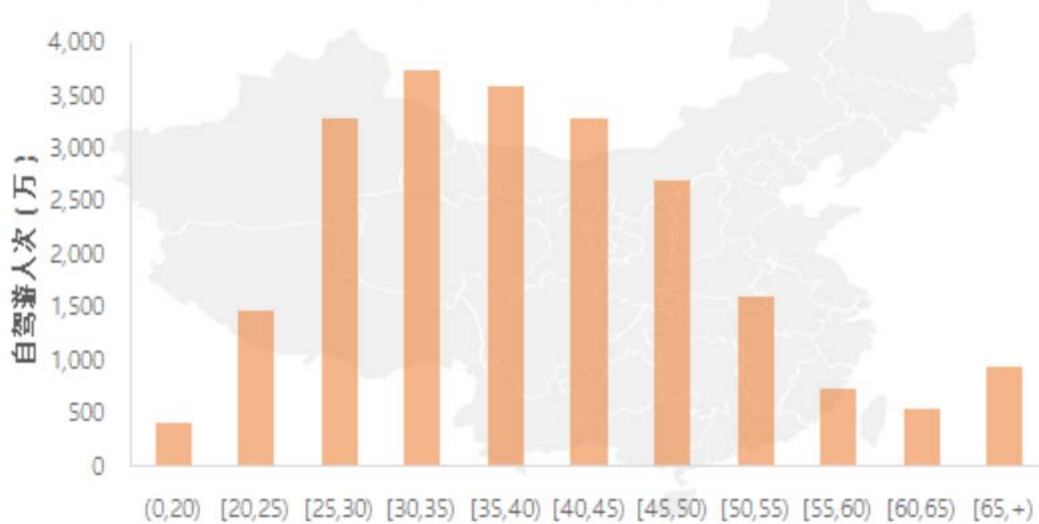




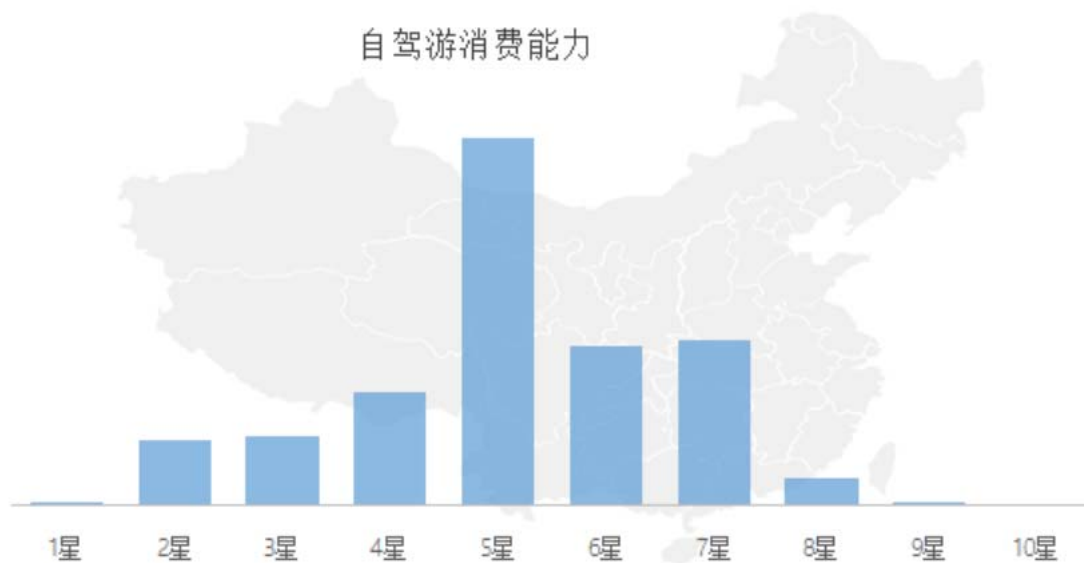
## 二、中产崛起，中青年为自驾游主力

从年龄结构上看，自驾游游客中中青年占主体部分，年龄多在25-50岁之间，占到了总量的81%，其中以31-35岁的成年人人居多；从经济特征上看，该群体普遍具有较高的消费能力和可支配收入，是中国新一代中产阶级的代表，他们更加追求旅行体验感和参与感，目的地不再是核心决策依据，他们更在意旅行的过程和沿途的体验；从文化程度上看，绝大部分游客具有较高的受教育程度，拥有较强的旅游认知和素养；从整体性别比例上看，男性在自驾游游客中占据主要地位。

2017年上半年全国自驾游游客年龄分布



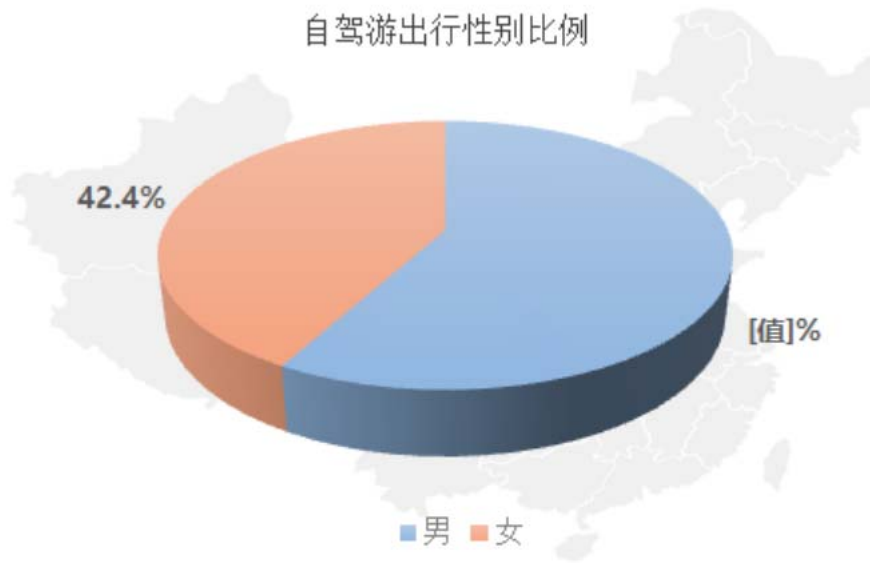
自驾游消费能力



(星值根据联合实验室模拟多项指标综合得出，星值越高消费能力越强)



### 自驾游出行性别比例



### 三、互联网+自驾游形势下的“新常态”

告别传统的纸质地图和笨重的DV，照相机，越来越多的自驾者选择通过综合旅游预定类APP及导航类APP进行自助出游，不再受跟团游时间、线路、住宿等问题的约束，轻松实现O2O旅游新常态。自驾者可根据自身情况及偏好合理设置旅游路线，通过线上门票、酒店预订及攻略、旅行向导等功能自由随心的出行。同时随着共享单车再各大城市普及，目的地城市内的出行交通工具也更为丰富。从旅途中的休闲类APP使用情况来看，音乐类，游记分享类，和美图照相类的应用极大地提升了自驾游游客在履行过程中的体验。

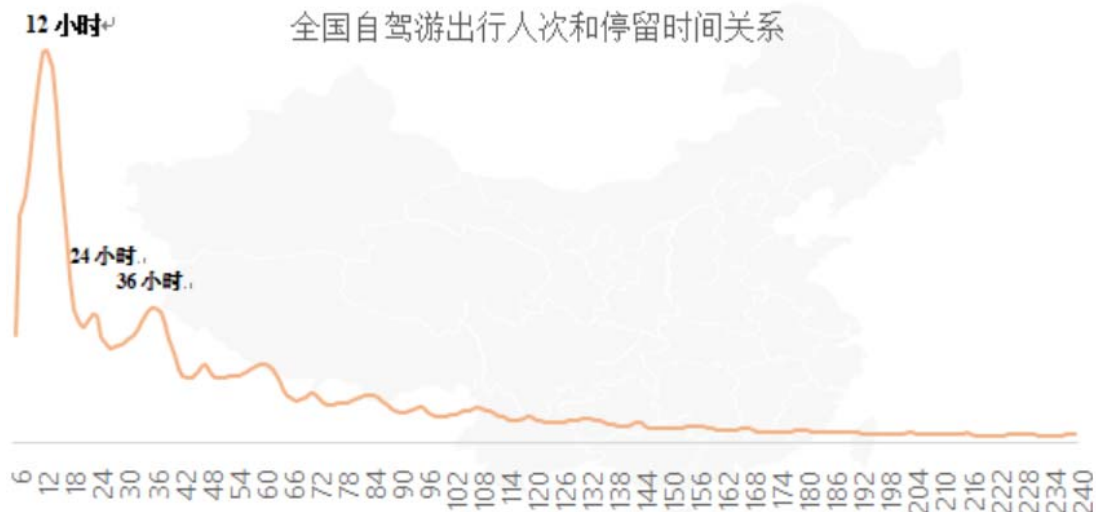
地图导航类	旅游综合类	音乐类	美图相机类
百度地图	携程旅行	QQ音乐	美图秀秀
高德地图	途牛旅游	酷狗音乐	美颜相机
腾讯地图	飞猪旅行	酷我音乐	相机360
搜狗地图	驴妈妈旅游	网易云音乐	美人相机
凯立德	去哪儿旅行	阿里星球	全能相机





随着乡村游和周边游体系的不断完善，自驾游也逐渐根据出行距离形成了短线、中线和长线几种不同的旅游业态。相比探险、度假为主的长线旅游，采摘、观赏、踏青、登山为主的短线游以及自然景观和人文休闲为主的中线游似乎更受到自驾一族的青睐，且出游时间主要集中在周末和小长假期间。对于短线游来说，“短期多景点一条龙”的路线规划需求强烈。

2017年上半年全国自驾游出行平均停留时长41小时，且停留时间在12小时、24小时和36小时时，会有明显的出行人次增加的规律，其中间隔24小时的增长人次更为明显，说明人们短途出行惯性的会以12小时为一个周期进行出行计划，隔夜游和多日游均遵循这一规律。



## 总结观点：

- 自驾游出行的主要人群81%为25到50岁的青壮年为主的中产家庭。
- 自驾游出行更多集中在中短途线路，一日游和一夜游占主要比例。
- 全域旅游的全面开展和消费升级带动的以中产家庭为单位的体验式个性化出行需求增长
- 整体来看，影响自驾游出行的因素复杂多样，但交通，人口，区域经济水平，汽车保有量为四大主要因素。
- 交通道路网的完善和发达程度直接对出行距离，停留时间，是否过夜等旅游要素影响明显。