



从“赶行程”到“泡酒店”，暑期遛娃新选择

江门亲子酒店

走红

去哪儿遛娃“不费爸妈”？今年暑假，越来越多家长把度假地点定在酒店里。去哪儿平台数据显示，今年暑期，全国亲子酒店预订量同比猛涨80%；多地带有水上乐园的酒店，预订量是去年的10倍还多。

记者走访江门的亲子酒店了解到，暑假以来，我市部分亲子酒店预订情况较理想。赤坎华侨古镇巢栖亲子酒店热门房型周末满房成常态；台山岭南侨水度假村暑期预订量较平日增长50%，深中通道开通后深圳客群占比显著提升……

乘“大桥经济”东风，江门整合“碉楼、温泉、海岛、生态、美食”五大特色资源，通过亲子酒店创新实现“住宿+体验”深度融合，精准承接大湾区家庭“微度假”需求，在传统旅游向“泡酒店”转型的浪潮中，探寻差异化破局密钥。

文/图 江门日报记者 李银换

多元供给满足亲子出游需求

暑期来临，江门亲子旅游市场持续升温，亲子酒店作为核心载体呈现爆发式增长，预订热度高。江门正通过多元化住宿供给，为亲子家庭打造“住玩一体”的暑期度假新体验。

在江门新会区，2023年开业巴贝高比比企鹅亲子酒店，建筑外立面设计成整齐的小雪屋，内部空间则充满童趣细节。梦想升空亲子房、鲸生鲸世亲子房二层还设有旋转滑梯，可直接滑至一层；儿童床、比比企鹅玩偶及挂画营造沉浸式童话氛围。酒店不仅配备亲子泳道，还联动外部的巴贝高比比亲子乐园，提供无动力游乐设施、水上乐园等项目，形成“住宿+游乐”的闭环体验。

据巴贝高文旅集团负责人彭薇霖介绍，暑期以来酒店预订量持续攀升，其中梦想升空亲子房、鲸生鲸世亲子房因配备室内滑梯，成为最受欢迎的房型之一。

距离巴贝高比比企鹅亲子酒店50多公里的赤坎华侨古镇，亲子住宿产品同样表现亮眼。作为2023年1月试运营、2025年1月正式开业的文旅综合体，赤坎华侨古镇目前拥有1224间可售客房，其中包含1家亲子酒店。为满足亲子市场需求，景区进一步拓展供给，在长盛旅店、金墟酒店内打造114间IP主题亲子客房，并配套儿童乐园、嬉水公园及手工DIY项目。

7月22日上午，记者在旅游平台看到，7月26日（周六）巢栖亲子酒店的追光大床房、筑梦家庭房、童梦亲子房等多房型已售罄。赤坎华侨古镇相关负责人透露，自2025年以来，亲子酒店在节假日和周末期间基本处于满房状态，暑期预订量同比平日

增长约21%。

台山岭南侨水度假村则以“水上乐园+亲水别墅”为特色，成为珠三角亲子家庭的热门选择。度假村占地超1万平方米，拥有4000平方米的威尼斯环形泳道，配套玻璃船、水滑梯、冲浪大喇叭等水上项目。客房方面，26套独栋亲子复式叠墅及亲水休闲别墅可满足不同家庭需求，其中“小马宝莉复式主题房”因自带滑梯、攀爬网，成为“遛娃”爆款。台山岭南侨水度假村负责人张巧玲介绍，截至7月，度假村今年入住率约62%，暑期预订量较1—5月增长约50%，客源主要来自江门本地、珠三角及港澳地区。深中通道、黄茅海跨海通道开通后，来自深圳、东莞区域的客群有明显增加，占比也有明显提升。

今年新开业的开平鹿鸣酒店定位为亲子主题，童趣loft家庭套房内设有儿童畅玩旋转滑梯和缤纷波波池，童梦浴缸家庭套房则为亲子家庭提供了更具沉浸感的住宿体验，进一步丰富了江门亲子酒店市场的选择。

有趣的是，江门一些传统商务酒店也积极加入“亲子赛道”。蓬江区金凯悦酒店增设熊猫乐园，台山新世界酒店在室内引入沙池等儿童设施，古兜温泉度假区新建长颈鹿儿童乐园，潭江半岛酒店推出梦幻亲子套房……这些转型举措不仅丰富了亲子住宿的选择，也折射出市场对“家庭友好型”旅游服务的强烈需求。

当前，江门亲子酒店市场正呈现“供需两旺”态势。无论是本地家庭“微度假”，还是周边城市“周末游”，或是港澳游客“深度游”，亲子酒店已成为江门暑期旅游市场最活跃的板块之一。

亲子酒店成差异化体验载体

这个夏天，当朋友圈的旅游打卡照从景点人头攒动转向酒店泳池边的亲子嬉戏，一种名为“躺平式遛娃”的新型度假方式正悄然流行。

“过去带娃旅行像打仗，现在终于能喘口气了。”在赤坎华侨古镇内的巢栖亲子酒店，来自深圳的妈妈娜娜看着孩子在波波池畅玩，她表示，“酒店内有游乐项目，孩子可以自己玩，我就可以惬意地喝杯冰咖啡，这种‘各自安好’的度假模式，才是亲子游该有的样子。”

娜娜感慨，正是当下家庭出游需求升级的缩影。如今的父母对旅游价值的定义已从“景点打卡”转向“共同记忆沉淀”，将车马劳顿转化为彼此关照的温情空间。

这种转变背后，是多重现实因素的叠加。江门市旅游行业协会副会长兼秘书长陈文飞表示，今年暑期全国多地突破40℃高温，“酒店避暑”成为旅游刚需。

陈文飞进一步分析，景点同质化问题同样关键，有特色的酒店反而成为差异化体验载体。深中通道开通后，珠三角家庭更愿意选择2小时交通圈内的亲子酒店，将原本用于路程的时间转化为酒店内的深度体验。

从全国范围来看，亲子标签正从酒店的“加分项”变为“标配”。云南德宏一家新开业的酒店，将儿童乐园与动物喂养区相邻而设，父母在咖啡吧翻阅书籍时，孩子正在隔壁与孔雀亲密互动；海南万宁的亲子酒店则每天设不同时段，为儿童免费提供手工、体能等活动，孩子可独立参加，家长得以享受两小时“无人打扰”的放松时光。这种“孩子玩得尽兴，家长可以躺平”的模式，精准击中了传统亲子游的痛点——过去家长既要规划行程、照顾孩子，又要兼顾自身休息，往往比上班更疲惫。

“亲子酒店的本质是将‘住宿功能’重构为‘家庭情感容器’。”张巧玲分析称，这种重构需要通过硬件设计、服务链整合、文化赋能共同实现。针对传统出游酒店，亲子酒店则精准抓住“省心放松”这一痛点，可以“躺平式遛娃”模式和时间弹性设计。

这场从“赶行程”到“泡酒店”的转变，不仅折射出中国家庭旅游需求的迭代升级，更勾勒出文旅产业转型的新图景。正如陈文飞总结的那样：“当酒店本身成为目的地，当旅行从‘看风景’变为‘体验生活’，这既是社会生活方式变迁的缩影，也是文旅产业精准捕捉需求、实现服务升级的生动实践。”



巴贝高比比企鹅亲子酒店亲子房内设有旋转滑梯。

发展亲子酒店大有可为

在旅游消费升级的大背景下，亲子酒店正成为文旅产业发展的新蓝海，是顺应家庭出游需求迭代升级的大势所趋。

陈文飞认为，随着人们生活水平的提高，亲子游市场持续扩容，家长们不再满足于传统旅游模式，更期待在旅途中实现高效陪伴与自我放松的平衡，亲子酒店恰好契合了这一需求，其发展前景一片光明。

而江门文旅资源得天独厚，形成“碉楼、温泉、海岛、生态、美食”五大旅游资源品牌。当下，“大桥经济”红利释放，深中通道、黄茅海跨海通道相继开通，江门与大湾区东部城市及珠海、澳门的时空距离大幅缩短，为文旅发展带来前所未有的机遇。江门正全力打造世界级旅游目的地，有望吸引大量游客前来体验，这为亲子酒店的发展提供了广阔空间。

然而，一些受访者透露，江门亲子酒店发展也面临挑战。与省内广州从化碧海湾、深圳大鹏较场尾、清远森波拉、珠海长隆等知名酒店群相比，江门缺乏具有影响力的亲子酒店集群，竞争力有待提升。

陈文飞建议，亲子酒店可从多方面发力，比如在房间布置上，进行轻改装，增设波波池、滑梯等游乐设施；提供儿童专用一次性用品；打造主题乐园类酒店，融入本地特色IP；结合当地非遗，开设体验课堂；提供社区化、社交化服务；优化餐饮，满足孩子口味。此外，还可增设亲子设施，举办预热和表演活动，升级水上乐园与亲水房，丰富服务体验，利用双通道优势吸引更多游客。

对此，不少酒店也在积极行动。台山岭南侨水度假村计划推出托管服务，解决家长后顾之忧；升级儿童物品配备，增设独立洗衣设施；丰富酒店产品组合，推出网红玩法套餐。赤坎华侨古镇将新增亲子酒店数量，增设儿童体验项目、亲子主题餐厅与演艺剧场。

亲子酒店的发展，是江门文旅产业转型升级的诗意注脚。以桥为笔，以海为墨，在粤港澳大湾区的版图上，江门正绘就一幅“住进风景里，长在温情中”的亲子度假新图景。

他山之石

国内亲子酒店的“主题赋能”与“体验破圈”样本

在亲子酒店赛道上，国内一线城市已率先探索出多元化发展路径，为行业提供了可借鉴的“他山之石”。

三亚山海天JW万豪酒店以“成长+欢乐+温馨”为核心，打造沉浸式教育度假场景。暑期推出“涂鸦特工队、水域探险、蔚蓝守护者”三大主题夏令营，将冲浪、潜水等水上技能课程与海洋生物观察、海岸清洁等环保实践结合，让度假成为寓教于乐的成长课堂；超2850平方米的儿童乐园与星奇宝贝亲子主题家庭房（带高低床）则从空间设计上满足多孩家庭需求，实现“大朋友放松、小朋友探索”的平衡。

三亚特兰蒂斯酒店以“海洋主题”构建沉浸式体验闭环：海底套房、超大水世界、水族馆、C秀表演及海洋环保小卫士活动，形成“玩水—观鱼—看秀—学习”的完整链条，尤其适合追求水上娱乐的家庭。

珠海长隆飞船酒店以“航天梦”破圈，构建科幻主题亲子场景。作为全球首个航天主题亲子酒店，其太空舱式客房设计、失重太空舱体验、火箭发射秀等活动，精准击中科幻爱好者的兴趣点；与海豚共进早餐的特色服务，更将动物互动与餐饮体验创新融合，形成独一无二的记忆点。

上海迪士尼乐园酒店凭借IP赋能实现差异化竞争，通过迪士尼元素贯穿全场景：提前1小时入园特权、与迪士尼明星合影、床头灯光秀等服务，将童话氛围从乐园延伸至住宿空间；米奇儿童游乐室、川顿王游泳池等设施则针对低龄儿童需求定制，构建起“住进童话里”的沉浸式体验。

广州长隆熊猫酒店则以“萌宠经济”为切入点，通过熊猫三胞胎主题互动装置、熊猫主题乐园及尾狐猴、火烈鸟等动物近距离接触活动，打造动物爱好者的天堂；这种“住宿+动物科普”的模式，既满足孩子的好奇心，又为家长提供轻松遛娃的解决方案。

这些亲子酒店都有三大共性特征：一是主题化设计（航天、海洋、童话、萌宠等）形成差异化竞争力；二是“住宿+体验”深度融合，将客房服务延伸至课程、活动、科普等场景；三是精准锚定细分客群（如科幻迷、动物爱好者、低龄儿童家庭等），通过场景创新满足情感需求。

这些经验为江门亲子酒店发展提供启示：如何将碉楼文化、海岛资源、温泉特色等本地元素转化为可体验的主题场景，或许是破局关键。



这个夏天，亲子酒店搭配水上乐园更受亲子家庭青睐。

