广告

江门春秋国旅23岁啦

旅游热线 63-33333 33-22222 33-31333 88-33668

广东省5A级旅行社

广东省AAAAA级旅行社

江门首家

广东省旅行社等级 Guangdong Travel Agency Classification AAAAA 广东省旅行社等级评定委员会 Guangdong Travel Agency Accreditation Commission

● 政府公务机票采购资质企业
● 广东省研学承办机构
加盟热线 陈生：139-0258-0966

春秋吉祥物 阳阳

借力“双11”

江门文旅忙着“囤客”

一年一度的“双11”如期而至，叠加秋假出游契机，江门文旅企业抢抓金秋消费旺季，激活文旅消费市场。“先囤后约”已从宣传口号变成行业共识，旅游淡季正变成市民错峰出行的窗口。

文/图 江门日报记者 李银换



台山颐和温泉打造雪境雨林场景。

A 温泉景区上新

秋假遇上“双11”，江门一众温泉景区抢抓消费节点，推出新玩法、新套餐，不少沉浸式体验项目集中上新，温泉康养、亲子度假产品迎来一波预售热潮。

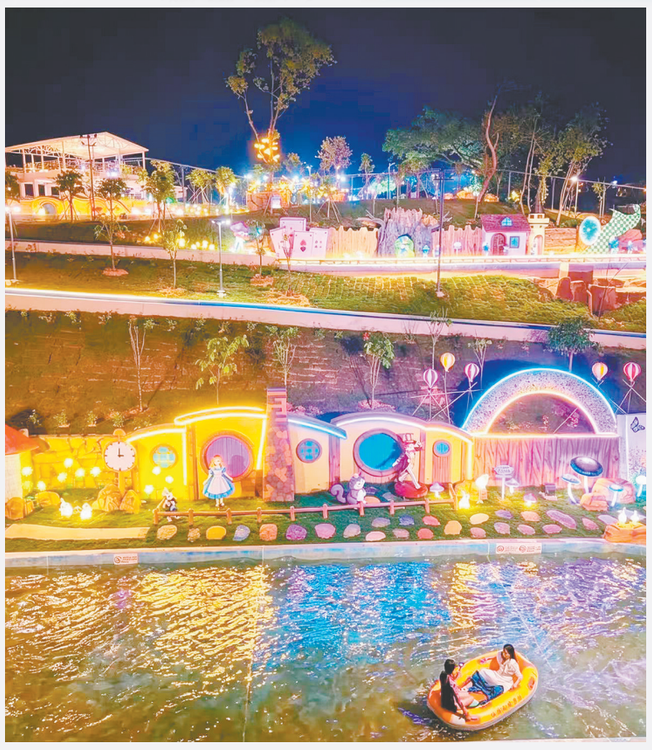
恩平山泉湾温泉城今年跳出传统客房打折思路，推出多款差异化新品套餐：稻田太空舱情侣套餐、树屋家庭亲子套房、康养特色套票悉数上线，康养套票还融入AI智能体质辨识、智能经络舒缓项目。

“往年我们主要做通用客房折扣，今年重点做客群细分、体验升级，围绕大田乡野、温泉康养打造产品，优惠力度也处于年度重点档位。”山泉湾温泉城总经理黄康怡说，套餐分别适配情侣、亲子、康养人群需求。目前预售进度超出预期，稻田太空舱、康养套票两款新品热度居高不下，爆款产品有提前售罄的可能。

在黄康怡看来，“双11”囤文旅产品已成为市民消费常态，老客户习惯趁大促锁定优惠，消费心态也在转变。“游客不再只盯着价格，更看重度假体验、产品特色，以及预约是否灵活，康养度假、特色住宿越来越受欢迎。”黄康怡表示，“先囤后约”模式也为温泉景区淡季经营托底，能吸引时间灵活的游客错峰出行，盘活温泉、康养配套，有效对冲淡季压力，稳定现金流。她判断，年末、元旦及寒假周边游整体向好，但游客挑选产品更谨慎，单纯低价吸引力减弱，康养、乡野沉浸式体验类产品更有竞争力。

在推出优惠套餐的同时，江门多家景区上新游乐项目，精准对接秋假亲子遛娃需求。台山康桥温泉推出仙踪秘境漂流，全长1000米，河道藏在森林温泉谷中，设置“小白公主城堡”“蓝精灵梦幻村庄”“爱丽丝梦游仙境”“阿凡达外星秘境”四大主题区域，搭配夜间灯光秀。与刺激漂流不同，这条漂流线路以休闲体验为主，大部分河段水流平缓，适合全家泛舟打卡，兼顾拍照与戏水。此外，景区还配套四季恒温水上乐园、园林温泉池，玩水、泡汤一站式安排。台山康桥温泉相关负责人介绍，新项目主打松弛感，专门面向亲子客群、年轻客群打造。

台山颐和温泉酒店的亚马逊丛林漂流打造雪境雨林场景，游客穿行其间，可打卡HEHEMA部落。景区温泉素有“广东第一泉”之称，是珍稀天然热矿泉，富含锂、锶、偏硅酸等矿物质。入住酒店，还能体验“冷雪配热泉”的秋冬特色玩法，丛林漂流搭配暖汤泡浴，氛围感十足。台山颐和温泉酒店相关负责人表示，秋冬是温泉消费旺季，结合“双11”促销，希望以新场景吸引家庭游客前来体验。



台山康桥温泉上新体验项目。



杜阮凉瓜部落人气旺。

B 长线深度游受青睐

本地旅行社早早启动预热，10月下旬就上线“双11”旅游优惠。“我们‘双11’优惠力度不小，整体效果不错。”江门春秋国旅总经理王奕娜说。

王奕娜介绍，贵州、山东、张家界等线路受欢迎，省内周边游表现亮眼；广东气候舒适，短途温泉、赏秋线路是市民首选。春秋国旅本次推出多款爆款线路：省内主打南昆山、新丰红叶、清远汤泉等纯玩2天游，不少线路只需399元/人，还赠送大米等福利；佛山盈香生态园“金秋南瓜节”线路，50岁以上人群专享111元/人。省外覆盖张家界、九寨沟、雪乡等秋冬赏景目的地，出境游有老挝、韩国、俄罗斯摩尔曼斯克极光长线等优惠线路。其中，俄罗斯极光摩尔曼斯克纯玩9天游，原价10299元/人，现价9999元/人。

江门大方旅游同样上新大批产品。该旅行社华北区域经理伍绮莉介绍，本次“双11”共上新16条国内游线路、10条出境游线路、6条省内游线路以及2条香港游线路，长线深度游是主推产品。产品涵盖冰雪游、暖冬游、长线深度游。冰雪游方面，境外俄罗斯及国内哈尔滨、老君山等目的地主打冰雪景观；暖冬游方面，国内海南和境外阿联酋主打避寒度假；长线深度游方面，湘西、川渝、云南、甘肃等线路兼顾文化、美食、研学多种体验。

从销售数据看，长线纯玩产品领跑销量，黔桂联游、九寨沟、西安线路热度最高；1299元至1999元区间的长线游走量稳定，是大众下单主力。伍绮莉观察到，市民囤文旅产品的习惯正在转变，大家不再一味追求低价，更看重成团保障、服务透明；囤货重心也从短途周末游，转向提前规划的冬季度假长线，出行周期更灵活。“性价比、服务透明、配套权益到位的新品转化最好。”她说，3000元以内中端线路最受青睐，不少游客提前锁定名额，把出游计划安排到年底、元旦。

随着市民出游观念持续转变，文旅消费不再局限于即时出行，“先囤后约、错峰度假”渐成新风尚。温泉新场景、多条秋冬长线齐亮相，江门文旅企业借力“双11”抢抓消费窗口期，持续激活秋冬文旅消费潜力。

延伸阅读

做好产品创新 做优服务体验

每年11月，各地文旅市场往往会进入传统淡季。但今年秋冬，国内多地中小学分批推行秋假，错开传统节假日高峰，为短途游、亲子游创造新窗口，也让江门文旅市场迎来一波逆势升温的消费热潮。

其中，广州部分学校试点秋假，佛山安排11月11日至13日过秋假，衔接周末可形成5天小长假；深圳、清远、云浮等城市也相继在11月中上旬、中下旬安排秋假。分散在整月的弹性假期，有效分流出行压力，也让珠三角家庭有了错峰微度假的充裕时间。

不用长途跋涉，不必人挤人。作为大湾区城市，江门成为周边家庭秋假出游的优选目的地。笔者走访市内多家景区发现，近期客流结构明显变化，周边城市亲子客群、家庭休闲客群增长，周末及秋假时段入园、入住客流环比显著提升，带动餐饮、住宿、游乐及配套消费回暖。短暂的秋假，正成为激活江门淡季文旅消费的重要抓手。恩平山泉湾温泉城总经理黄康怡表示，秋假对景区拉动明显，佛山、深圳是两大主力客源地。

短期客流红利来之不易，更需精细承接、持续转化。对江门文旅行业而言，秋假带来的不仅是阶段性人流，更是倒逼产品升级、优化经营模式、盘活淡季市场的契机。

借势节点营销，激活淡季消费氛围。恰逢“双11”消费热潮，江门各大文旅企业顺势推出特惠套票、家庭套餐、住宿福利等惠民活动，将秋假出游需求与电商消费节点深度融合，以高性价比、高适配度的产品吸引客源，让传统淡季跑出消费加速度。

聚焦内容上新，摆脱同质化经营。如今游客已不满足于简单观光打卡，市场倒逼本地文旅业态持续迭代体验内容，不断上新亲子互动、休闲体验、轻度假等新项目，以丰富、新鲜、多元的游玩内容适配家庭、年轻群体差异化需求，让短途旅行更有质感、更有记忆点。

深耕夜间业态，拉长消费链条。短途游普遍存在“白天游玩、傍晚返程”和过夜率偏低的问题。要留住客流、留住消费，关键在留住游客的夜晚。当前，江门文旅正持续补齐夜间经济短板，丰富夜游场景、夜间休闲和配套服务，构建“日间游玩、夜间休闲”的度假体系，推动游客从“一日往返游”转向“过夜深度游”，拉长停留时长、释放增量消费。

假期是流量风口，品质是长久根基。依托大湾区错峰秋假红利，江门文旅正迎来淡季突围的良好机遇。立足客源优势、做好产品创新、做优服务体验，方能把阶段性客流热度转化为常态化产业活力，持续擦亮江门大湾区优质短途度假目的地名片。

（文/图 李银换）

啡尝江门

侨乡的故事，不只是碉楼与老街，还有一杯杯热气腾腾的咖啡。江门已有近2000家咖啡店，每万人咖啡店拥有量位居全国前五。满城啡香里，藏着许多不为人知的故事。“啡尝江门”栏目将寻访侨乡特色咖啡店，走进老宅改造的咖啡空间和乡野村咖，倾听返乡创业者与咖啡主理人的心声，在一杯醇香里，读懂侨都老屋新生与乡村活力。

冯如故里咖香浓

“00后”返乡青年让乡村咖啡飘出新潮风味

恩平市牛江镇昌梅村，稻浪环村，文脉绵长。作为“中国航空之父”冯如的故里，这座百年侨乡古村，借着“百千万工程”东风，焕发青春活力。

“00后”青年冯昊龙籍贯昌梅村，自幼在广州长大。此前长期深耕电商直播行业，在城市流量内卷中沉淀多年，最终选择告别都市赛道，逆向返乡、扎根乡村。

他将家中40平方米闲置杂物房，改造成清新治愈的村口小屋咖啡店。他研发多款创意特调，匠心打造专属乡村IP“飞天汉堡”，以方寸村咖为支点，在冯如故里的乡野间，打造了属于自己的一片天地。

文/图 江门日报记者 李银换



←村口小屋咖啡店吸引不少游客前来喝咖啡、小聚。



→招牌菜品“飞天汉堡”。

两代人归乡，见证乡土蝶变

冯昊龙的返乡，是一场跨越两代人的乡土接力。

早年，爷爷为生计出洋闯荡，漂泊异国多年，最终心系故土、落叶归根。老人时常感慨家乡一年比一年好，这份真切的乡土蜕变，让冯昊龙看在眼里、记在心底，也让他坚定了回乡创业的念头。

随着“百千万工程”纵深推进，昌梅村依托冯如航空文化IP，文旅热度持续攀升，游客络绎不绝。看准家乡发展机遇，在家人的支持下，冯昊龙毅然跳出城市内卷，回乡创业。闲置多年的老旧杂物房，经精心改造，变身雅致温馨的乡村咖啡店，成为他扎根乡土的创业起点。

小店的生机，藏在细微的打磨之中。门前的簕杜鹃初种时纤细如竹，经过一年悉心养护，如今繁花满枝、长势繁茂。冯昊龙坦言，花木的生长恰似小店，默默扎根、缓缓沉淀，在沃土中慢慢积蓄力量、绽放精彩。

青年返乡创业，得到当地政府大力扶持。牛江镇政府盘活店铺周边闲置空地，交由冯昊龙打造升级。碎石铺地、绿植环绕、装饰点缀其间，一个松弛治愈的营地式空间顺势而成。稻田花海相拥，晚风烟火相伴，这里成为年轻人闲谈小聚、组队玩乐的新潮社交角落，为古村注入鲜活青春气息。

过往的电商从业经验，成为他独特的创业优势。擅长拍摄运营的他，常态化拍摄vlog，为小店和昌梅村文旅引流宣传。小店点餐小程序暗藏巧思，专属小飞机图案巧妙呼应冯如故里的航空底蕴，让消费多了一份乡土文化味。

咖啡赋能，激发乡野新活力

从最初只卖柠檬茶，到添置专业咖啡机、研发多款创意饮品，冯昊龙让乡村咖啡飘出新潮风味。

咸芝士拿铁、榴莲拿铁醇厚丝滑，青芒甘蔗起泡美式清爽解腻，奶油话梅拿铁、紫芋拿铁风味独特。凭借多元创新的咖啡单品，让这家稻田边的小店吸引不少年轻人前来尝鲜。

村口小屋咖啡店还有一个招牌菜品——牛肉汉堡包。为打造一款能代表昌梅村的特色美食，他反复斟酌这个汉堡包的名字，最终敲定为“飞天汉堡”。

昌梅村是冯如逐梦蓝天的始发地，“飞天”既是致敬先贤敢为人先、探索未知的航空精神，也寓意当代返乡青年扎根乡土、勇敢启航的青春姿态，让美食风味与本土文脉相融。

风味出圈，源于匠心坚守。“飞天汉堡”坚持纯手工制作，选用进口原块谷饲牛肉，自带淡淡奶香，切块、腌制、压饼全程精细把控。小店秉持质优价廉的初心，对标广州四五十元的同款品质，店内仅售30元左右，让乡土好物兼具品质与温度。经新媒体传播后，小店还吸引外地游客专门前来品尝。

每逢乡村文旅盛会，小店便是一派热闹烟火。10月底的冯如故里田野欢聚派对，吸引近5万名游客到访，小店也迎来一波客流。为保障供应，冯昊龙和伙伴们熬夜备料、连夜制作，全力保证现场出品。不少游客结伴而来，晚风稻田为伴，品咖尝堡，沉浸式感受古村文旅的鲜活生机。

今年春节前后，小店迎来客流峰值，返乡华侨、外地游客慕名打卡。烟火满座的场景，让内敛不善言辞的冯昊龙收获了满满的创业底气，门店单日茶饮销量达五六百杯。

面对“主理人”这一时髦称呼，他始终婉拒。“主理人是大城市的说法，我就是踏踏实实守着乡村小店的老板。”褪去浮华、不逐虚名，扎根乡土做好每一杯咖啡、每一份美食，是他最朴素的创业初心。

冯如从这片乡土起飞，开中国航空先河；冯昊龙以咖为媒、以味为介，在乡野大地青春启航。“百千万工程”赋能乡土，让闲置老屋蝶变，让青年理想扎根乡村。一杯“侨乡咖”、一味“飞天堡”，承载着文脉传承与青春力量，为乡村振兴注入源源不断的新鲜活力。