

定制游重新定义旅行的意义

第十六届上海世界旅游博览会拉开帷幕

■本报记者 王嘉旻

第十六届上海世界旅游博览会昨天拉开帷幕，来自53个国家和地区的750家联合参展商将在四天会期内展示最新旅游产品和服务。摩洛哥、马达加斯加、加蓬、土库曼斯坦……这些新兴海外目的地展商成为人们的旅游清单增添了许多新选项。与此同时，旅游产品也正日趋小众化、细分化。业内人士戏称，打造一款合格的旅游产品与制作一款互联网产品越来越像——无论是反馈细节、修正产品，还是最终推向市场，消费者在旅游产品设计环节的介入越来越多，话语权也变得更大。

一批新晋旅游目的地“集体报到”

与往年一样，本届旅博会第一天向专业观众开放，包括旅行社、度假村、保险、医疗等旅游相关企业的工作人员。常逛旅博会的专业观众发现，今年活动现场出现了一批“新面孔”，包括摩洛哥、马达加斯加、巴布亚新几内亚、加蓬、土库曼斯坦等。它们大多来自非洲、太平洋以及中亚地区。在传统旅游市场，这些国家很少有机会被中国游客了解，一直以来“曝光率”很低，因此也成为“冷门目的地”。

不过，随着以“80后”“90后”为代表的年轻群体逐渐成为旅游市场的中坚消费力量，这些原本略显冷清的旅游目的地恰好符合年轻游客追求“小众”“个性”的旅游需求。业内人士指出，随着中国旅游市场的不断成熟，旅游产品也更趋细分化、精准化。海外游学、健康养



巴布亚新几内亚参展商用独特方式吸引参观者。傅国林摄

生、户外探险、摄影、体育旅游……这些主题鲜明的旅游方式正越来越受到国人的追捧。对于不少游客来说，旅行的意义早已不再仅仅是“吃住行游购娱”，更应当是一次精彩绝伦的文化之旅。

告别“投喂式”产品，定制体验游走红

一个成熟的旅游市场，除了更多元的旅行目的地，旅行产品的进一步细分也至关重要。当许多人已经体验过“投喂式”的标准化旅行后，他们不禁开始期待能拥有一次专属于自己的定制旅行。

虽然本届旅博会整体展区面积与往年持平，但记者留意到，境外展商今年明显扩大了定制类以及高端类产品的展示区域。这一变化正透露着中国旅

游市场的新趋势：出境游逐渐从标准化旅行产品为主走向多类型旅游产品百花齐放。

据了解，如今的出境游定制化产品经历了数轮更新换代，定制含金量更高，消费者的出行体验更好。来自贝佳斯旅游集团的王玉梅告诉记者，她们在摩洛哥这条旅游线路上就承接了许多定制订单。摩洛哥当地有一些独特的庭院式建筑，类似于国内的精品民宿。这些独具摩洛哥特色的民宿客房数量少，无法接受旅行团大单，但却因此成为不少定制游客的首选地。

旅游产品的迭代升级，也推动了旅博会的升级换代。“B2B专区”是首次在旅博会上亮相的专区。它的出现正契合着旅游产业发展的新需求。过去，在旅游产品较单一、趋同的市场格局下，旅

游企业无需太多空间来展示自己的产品。而在定制游走红的今天，每家旅游企业的产品都各有特色，“B2B专区”可以让更多专业观众了解其产品，帮助双方迅速匹配需求，达成深度合作。据了解，此次设立的“B2B专区”拥有一系列展会配套设施，包括专属洽谈区域、新品展示区域和推介区域等。

长三角联合展区瞄准世界级旅游目的地

在不少旅行达人眼中，“火车旅行”独具魅力。去年底，被誉为黄金旅游线路的杭黄高铁正式开通。在刚刚过去的清明小长假，它用数字证明了自己的市场潜力——三天累计发送旅客8.6万人次。

本届旅博会首次为长三角开辟出单独展区，以绿水青山为主题，通过科技手段展示沪苏浙皖的文化和旅游元素，寓意“一脉相连，共同发展”，进一步深化四地联动，共建世界级旅游目的地。

安徽省文化旅游厅相关负责人告诉记者，安徽省16个地级市都带来了当地特色的旅游产品和文创工艺品。随着旅游市场逐步成熟完善，安徽省内更丰富多元的旅游资源逐渐被人们了解。过去，沿江的芜湖、铜陵等地组成了“黄金旅游带”，但如今越来越多徽北地区的特色文化景点也进入了不少游客的行程单。

在旅游目的地选择多样的同时，长三角旅游线路的客群定位也更精准。比如，记者在现场看到了一本专门面向“银发族”的旅行手册，提供了养生、红色记忆、登山望水等适宜老年人出行的主题线路。

会上，上观新闻、喜马拉雅、东方财富网等获奖网站负责同志交流发言；市网络文化协会会长单位东方网代表获奖网站发出文明倡议书。

获得本届评比最佳网站称号的15家网站为：上海发布、“中国上海”门户网站、上海基层党建网、喜马拉雅FM、东方财富网、东方网、上观新闻、警民直通车—上海、上海文明网、澎湃新闻网、携程旅行网、易班网、上海证券交易所网、新民晚报、观察家网。

上海市优秀网站评选揭晓

主要网络社会组织协办。评选活动经组织报名、资格审查、志愿者评议、公众投票、专家评审、结果公示等环节，共评100家优秀网站（含15家最佳网站）及99家优秀网站提名网站。

会议提出，本市互联网网站和企业要认真贯彻落实党的十九大报告提出

的“加强互联网内容建设，建立网络综合治理体系，营造清朗网络空间”的总要求，凝神聚力，更好地承担起清朗网络空间、创造美好生活的重大责任和使命，形成互联网建设和网络空间治理合力，共同构建网络社会同心圆。

上海湾区科创中心正式开园

本报讯（记者薄小波）作为面向长三角杭州湾的综合科创孵化园，上海湾区科创中心昨天正式开园，浙江清华长三角研究院湾区科创产业园等一批高新技术项目签约入驻。

湾区经济是滨海城市的显著标志。放眼世界，在纽约、旧金山、东京三大湾区，发达的国际交往网络，体现出无可比拟的集聚优势。上海湾区面向杭州湾，周边城市群处于东亚地理中心，是西太平洋的东亚航线要冲，是“一带一路”与长江经济带的重要交汇地带。金山区则位于上海湾区中心地带，更是杭州、宁波、苏州等湾区主要城市一小时经济圈的圆心。2017年11月，金山区以山阳镇1平方公里C65总部研发地块为起点，主动打造湾区经济，建设生态智慧型研发总部基地——上海湾区科创中心，努力成

为长三角创新经济引领示范区和长三角高质量一体化发展的“桥头堡”。

上海湾区科创中心地处杭州湾北岸，因湾而生、依湾而兴。园区的功能布局、标志标识、合作模式、绿化美化、城市设计等，由三家在国际竞赛中获奖的团队设计而成。据了解，上海湾区科创中心核心区460亩，聚焦“生命健康、人工智能、环保科技、文化教育”四大产业的研发中心建设。未来还将通过丰富的商业业态、创新的建筑形态、多元的休闲娱乐配套等，加速实现产城融合。目前，浙江清华长三角研究院湾区科创产业园、上海公共卫生医学科技园、上海湾区智慧数据平台等一批高新技术项目已经签约，图聚智能、新财富上海分公司、清科激光等国内知名企业相继落户园区。

今年再选树百名“上海工匠”

本报讯（记者李静）昨天，上海市总工会正式启动2019年“上海工匠”培养选树活动，计划今年再选树100名各行各业能工巧匠代表人物，市总工会“申工社”官方App同步开通自荐通道。同时，市总工会拟在上海市工人文化宫新建1200多平方米的永久性工匠展示馆，预计将于今年10月1日开馆，更好地传播弘扬工匠精神。

自2016年起，市总工会计划用十年时间培养选树1000名“上海工匠”，打造一支与上海发展要求相适应的高技能人才队伍。经严格选树，本市目前已诞生三批共280名“上海工匠”。

今年的选树申报从即日起一直持续到5月24日，拥有高超技能的本市职工均可登录自荐报名参评通道——“申工社”App，在首页“今日推送”栏目点击进入报名入口，申请评选。前三届中，共有约30名“上海工匠”通过自荐途径产生。此外，本市各区局（产业）工会和相关单位、专业学会、行业协会等社会团体，均可推荐各自行业或技术领域的优秀人才参与选树。

申请人若通过最终审定，将由市总工会授予“上海工匠”称号，颁发一次性奖金5000元，并获得兼具艺术和收藏价值的纪念铜章一枚。

市人大常委会副主任、市总工会主席莫负春参加启动仪式。



上海警方捣毁诈骗犯罪团伙

上海市公安局闵行分局日前侦破一起电信网络诈骗案，捣毁了一个长期在网上以“创业开店”为名实施诈骗的犯罪团伙。经过连续一周的奋战，专案组民警从广州将40名犯罪嫌疑人捉拿归案押解回沪。本报记者 赵立荣摄影报道

引领智慧出行 成就美好生活 上汽通用汽车明星阵容亮相2019上海车展

近日，第十八届上海国际车展拉开帷幕。上汽通用汽车以“行健致远，智领未来”为主题，携旗下别克、雪佛兰、凯迪拉克三大品牌概念车、全新上市车型、首发亮相新车和明星热销主力车型共45款展车组成超强阵容璀璨亮相。其中，于车展前夜别克日活动上正式上市的纯电动MAV别克VELITE 6、全球首发的全新一代别克昂科拉家族、别克GL8 Avenir概念车，以及车展当日全球首发的雪佛兰全新SUV创界 Trailblazer与新一代创酷 Tracker、亚洲地区首度亮相的凯迪拉克XT6等重磅新车，成为众多瞩目的焦点。与众多“展台明星”相得益彰的，位于国家会展中心1号馆的上汽通用汽车三大品牌展台上，融汇科技、潮流与品牌文化的互动体验和创意布展，尽显汽车行业科技与产品创新的最新成果。



纯电动MAV别克VELITE 6亮相2019上海车展



雪佛兰全新SUV创界和新一代创酷全球首发



“新美式豪华”产品阵容再添大将

场的纯电动车，别克VELITE 6融合母公司双方在新能源及车联网领域的优势资源和领先技术，并依托贯穿研发、试验认证、智造质量以及服务的全方位体系竞争力，将为用户带来大有不同的电动智能出行体验。全新一代昂科拉GX和昂科拉则是别克品牌引入的通用汽车新一代全球车型系列的首批新车。两款不同尺寸、不同轴距的SUV车型将满足更广泛年轻用户对于品质空间与个性时尚的用车需求，并助力别克SUV家族完善从小型、紧凑型、中型到大型SUV产品的梯度布局。全球首发的别克GL8 Avenir概念车糅合了别克品牌在高端MPV市场的深厚积累和对乘坐体验的需求洞察，将科技、艺术与尊贵享受深度融合，以对别克Avenir品牌的畅想昭示别克大型豪华MPV产品的发展方向。值得一提的是，这台概念车所呈现的所有功能可全面展示并体验，是别克近年来“最接近真实量产”的概念车。

全新SUV创界及新一代创酷全球首发 新品与科技加持 雪佛兰焕新面貌亮相上海车展

本次车展上，雪佛兰携15款焕新车型产品震撼亮相：包括全球首发并以Redline尚·红系列造型亮相的全新SUV创界 Trailblazer和新一代创酷 Tracker，日益壮大的雪佛兰Redline尚·红系列家族，以及科尔维特C7和先锋概念版SUV FNR—CarryAll领衔的双元产品阵容。强大的产品组合向消费者展现了雪佛兰年轻、时尚、运动、科技的品牌新面貌。

雪佛兰创界和新一代创酷以“生命力美学”为核心设计理念，传承SUV家族基因的同时创新融入先锋概念版SUV FNR—CarryAll的前卫设计，再配以Redline动感造型，为雪佛兰SUV家族带来更年轻时尚的个性潮流。雪佛兰新锐紧凑型SUV创界

在外观设计上独具个性，大胆应用富有肌肉感的车身线条，配合紧绷的车身侧面线条和流畅的车顶造型，打造纯正SUV的精悍造型。面向互联网新生代的入门级SUV新一代创酷，天生蕴含青春动能，横贯车身的“Z”型线条营造出动感十足的SUV姿态；创新运用的立体浮雕元素、引擎盖上的U型折面、全LED大灯与全景天窗的设计，展现都市SUV的无龄青春气息。随着两款全新SUV的到来，雪佛兰SUV家族实力将进一步壮大，带给新一代年轻消费群体更多探索生活的乐趣和追求自由的激情，满足多元化的汽车消费需求，并助力品牌进一步拓展国内SUV细分市场。

此外，由科鲁泽与科鲁兹Redline组成的雪佛兰全新中级车阵容也齐齐亮相本届车展。时尚运动座驾科鲁泽此次以Redline与RS车型呈现不同风格。凭借独特的运动气质和强悍的运动表现，科鲁泽将陪伴年轻消费者开启动感潮流的痛快人生，刚刚国内首发的时尚中级车科鲁泽

沃兹Redline通过演绎动感时尚风潮，将以越级的品质感，想不到的惊喜表现为国内主流家庭带来享受得到的用车体验。

值得一提的是，在车展现场集结了8款车型的史上最高能军团——雪佛兰Redline尚·红系列家族继续以经典红黑设计充分释放年轻个性和时尚潮流气质。同时，观众可以近距离感受由经典超级跑车科尔维特C7、传奇性能跑车CamaroRS和科鲁泽“直通NASCAR”战车组成的雪佛兰“高性能”战队的超凡魅力，深入了解雪佛兰传承百年的赛道基因和深厚的赛车文化。

新美式大型SUV 凯迪拉克XT6 亚洲首度公众亮相 “指尖上的服务 MyCadillac 超级App” 树立行业新标杆

位于1号馆的凯迪拉克品牌以风范之势携13款车型瞩目登场，包括亚洲地区首

次公众亮相的新美式大型SUV——凯迪拉克XT6和新美式科技旗舰全新一代CT6在内的全车系“史上最强大”豪华阵容。

作为凯迪拉克全球SUV战略的重磅产品，XT6将引领凯迪拉克品牌开拓大型豪华SUV这一全新细分市场，并与XT4、XT5和ESCALADE凯雷德一同构筑强大的凯迪拉克“新美式豪华SUV产品矩阵”。凯迪拉克XT6以“创新科技”诠释“新美式豪华”风范，其每一个细节均经过精心设计和开发，旨在使每一位用户，无论是驾驶或乘坐，都能在这个移动空间里找到属于自己的最佳座位，尽享一路奢华。新车融入ESCALA概念车前瞻设计语言，同时推出运动版和风尚版两种不同的外观设计，满足消费者个性化选择。XT6拥有傲视同侪的宽大尺寸和充满力量感的比例，提供同级唯一“2+2+2”三排六座尊崇大空间布局。用户通过轻松的一键按钮操作，就可便捷实现多种座椅布局的灵活变换。此外，凯迪拉克XT6还搭载了行业领先的Smart Propulsion智能科技和最新一代凯迪拉克移动互联体验CUE，为驾乘者带来更为从容驾驭的风范体验。

新美式大型SUV凯迪拉克XT6亚洲首度公众亮相在客户服务体验方面，“凯迪拉克服务”始终围绕“专属、智能、主动”三大核心诉求，依托全方位、多渠道、全面覆盖的智能化服务体系，并以创新移动互联科技为手段，让用户尊享“便捷”“高效”“透明”的“新美式豪华体验”。凯迪拉克品牌在车展上重磅发布上线了“指尖上的服务 MyCadillac 超级App”。“MyCadillac”是上汽通用汽车凯迪拉克品牌基于“7S模块化经销商服务体系”，率先在豪华车服务体验上的敢创新实践。它将“维护保养”“支持增值”“服务延展”三大类二十一项功能模块归口集成，并打通售后服务线上、线下界限，成为覆盖凯迪拉克全车全生命周期周期的数字化整合窗口。“指尖上的服务 MyCadillac 超级App”将引领汽车行业服务体验的未来趋势，树立新的行业标杆。