

· 游视界 ·

评级不是门票涨跌标准

程铭劼

两个月前,国家旅游局要求少林景区进行整改,否则就摘除其国家5A级景区牌子。本月,北京市也有11家景区被直接摘牌,退出A级景区行列。而随之而来的问题是,景区降级或者摘牌之后,门票价格是否应该下调?

业内人士普遍认为,景区不应该因为被摘牌而下调门票价格。政府之所以摘他们的牌,也是因为他们服务、卫生、管理上存在一些小问题,督促他们整改。这跟价格没有关系。有升有降更体现了主管部门在景区评级上强调动态管理的未来走向。让一些不符合标准的景区退出,符合标准的进入,这样的景区评级才能真正跟上行业的变化情况。

北京市旅游委的相关官员也表示,对景区进行降级摘牌是对管理不达标的景区采取的警告措施,如果整改成功是可以复牌的。

事实上,景区的门票价格会由市场自己来决定。经济学里最简单的原理是,供求关系决定价格走势。供过于求,价格下跌;供不应求,价格上涨。景区的门票定价也是这个道理。

去年底,全国旅游景区质量等级评定委员会向少林景区下达“整改通知”后,景区的经营情况受到很大冲击。登封市旅游局统计数据显示,今年春节期间少林景区游客接待量比2011年同期下降了41.8%,门票收入下降了13.7%。也就是说,少林寺可以通过下调门票价格重新挽回失去的客流,但同样是遭遇摘牌危机的北京市某些前A级景区,却并未因为失去牌子而减少游客。据某被摘牌的景区管理人员介绍,摘牌对景区的经营并没有什么影响,游客也没有减少,所以他们并不会考虑下调门票价格。

专家们普遍表示,景区的门票价格名义上主要取决于其经营成本或基于对市场承受力的判断,与评级没有多少关系,甚至与景区价值也没有直接关系。仔细想想,如果门票总是随着景区的星级评定上下折腾,的确会给游客带来许多不必要的麻烦,也没有必要。

· 声音 ·

“诚信经营是旅游发展之本”



陆志远

海南省旅游委主任

诚信经营是海南旅游有序发展的生命线。宰客现象久治不除,内在原因在于整个旅游从业人员和商家的诚信水平要提高。对存在欺客宰客、敲诈勒索等突出问题的海鲜排档要坚决实行“一次性死亡”,对违法经营者坚决依法追究法律责任,这是海南旅游管理的一贯态度。

“服务人员与顾客需相互理解”



谷慧敏

北京第二外国语学院旅游管理学院教授

类似于“顾客是上帝”或者“顾客永远是对的”这样的一些表述,更多的是一种经营理念或者服务哲学,但是并不意味着打不还手、骂不还口。服务人员要理解客人为什么出现不理性、失控行为,发现原因,从中选择能够让客人平静下来的处理方式。我还想强调的是,普遍存在的对服务的歧视现象,事实上我们也挺期望通过投诉事件更多地引导,并不存在人与人的高低贵贱之分。

健康饮食讲堂
(120期)

香橙三文鱼

主料:冰鲜三文鱼柳、小土豆

辅料:西兰花、彩椒、西葫芦

做法:将三文鱼柳去皮洗净放入橙汁中浸泡6小时后取出装盘,再将小土豆烤熟,西兰花煮熟,彩椒和西葫芦扒熟一起装盘即可。



私家包团游成新时尚

近日,国内某在线旅游运营商推出了名为“私家团”新产品,即只有亲友组成的小团队,属于高端小团队旅游。据了解,类似“私家团”的高端小团队旅游,尤其是出境小团队的市场占比并不大。业内人士表示,目前大部分专业的出境游旅行社都有能力操作这种团队,但其市场占比却不高。旅行社方面称,市场还需慢慢培育,未来会有更多类似的高端产品上线。

小包团形式 打破传统局限

记者了解到,为解决团队游缺乏私密性、自由空间不够的问题,国内某在线旅游运营商推出“私家团”。“私家团”的特征包括专供亲人、朋友、爱人私密出行,不用和陌生人拼团;旅行社提供专车+专属导游,享受高品质、高档次私家行程,此外,行程安排也可根据游客喜好做调整。据了解,这种产品单一团最少两人也可以成团,行程自由且私密。在景点、住宿、餐饮等方面可以突破大团队旅游的局限,做个性化安排,小团游览行程可以走得更深度、更精致,也比较容易安排特色酒店。

家住北京西城区的高女士于今年2月份体验了一次“私家团”。高女士告诉记者,原本打算陪同家里的老人和孩子前往巴厘岛旅游,而旅行社的工作人员提出老人和儿童参加旅游团可能会有不便,不如自行成团。这样,高女士一家6人组成了“私家团”前往巴厘岛,配有专车和导游,每人平均团费超过了7000元。高女士表示,这个价格确实超出了预算,但旅游的效果很理想,导游对老人的照顾很尽责。

业内人士表示,高女



很多“私家团”选择房车出行

士参加的这种“私家团”其实属于旅游小包团。据了解,这是2010年前后开始流行的自由行新概念方式。但不同于自由行的是,小包团旅游全程有专人驾车、购票、导游,游客只需确定旅游目的地和游玩方式。

出境“私家团” 考验旅行社操作能力

此前,有一项针对网络旅游者的调查,结果是游客对于私密性团队服务的需求非常旺盛。97%的旅游者有意愿参加这种“私家团”,如果“私家团”相比常规产品价格不高于20%,有超过50%的旅游者选择参加。业内人士表示,旅游者固然有所需求,但“私家团”尤其是出境“私家团”的价格一般较常规产品贵了20%以上,也意味着价格会让“私家团”远

离大众市场。

在采访中,凯撒旅游北京分公司副总经理葛牧告诉记者,凯撒也承接过类似于“私家团”的小团队,但在市场中的占比很少,因为此类产品非常高端,服务对象往往是企业家或成功人士。中国康辉相关负责人表示,要求“私家团”的游客整体占比很小,但客户如果有个性化的需求,旅行社都会尽力予以满足。

业内人士认为,由于“私家团”尤其是出境“私家团”的定制性强,一般的组团旅行社很难独立操作,只有专业的出境游旅行社可以完成。葛牧表示,此类团队计划性强,其操作重点就是沟通,操作人员要完全领会客户的心理需求。此外,操作人员还应具备丰富的专业知识,能为游客推荐理想的

酒店或旅游项目。

旅游团 现“大转小”趋势

业内人士表示,“私家团”的出现是旅行社以消费者需求角度对团队游进行细分,实行规模化基础上的群分化,赋予团队游更多个性和自主性,形成新的分类体系。其中,私家团、半自助游满足消费者对于旅游自主性、私密性的需求;根据年龄段区分的则有蜜月团、单身团、亲子游等;根据消费者不同的兴趣又可分为登山团、潜水团、观赛团、购物团、医学美容团、摄影团等。

尽管这些小包团形式多样,但其市场占比却很有限。业内人士称,由于这些产品受众有限,旅行社也很少为此类产品做宣传推广。不过,随着旅游者消费观念的成熟,会有更多人偏向于小包团出行。有旅行社从业者表示,目前即使是参团旅游,其人数也开始有减少的趋势,毕竟很多游客不太适应大团旅游,其缺乏自由,游览效果差。目前很多出境游团队人数都会控制在20人以下,并有继续减少的趋势。对于如何让类似“私家团”的小包团形式产品走向市场,旅行社方面已经有了一套方案,即适时推进高端产品宣传,并系统地推出定制产品、小包团产品,慢慢培育市场。中国康辉相关负责人表示,今年将准备在大洋洲的斐济、南美、台湾以及南极等开拓新的高端定制产品。

本报记者 师兴

继艺龙联手京东后 芒果携手华为推新旅行客户端

在线旅游转战无线平台新蓝海

近日,在Android平台上一款名叫“势力邦”的应用软件上线,据了解,这是旅游巨头港中旅集团旗下的芒果网与电信技术公司华为跨界合作的一款客户端,为客户提供机票、酒店、旅游、票务等旅游咨询和预订服务。与“携程无线”、“艺龙无线”、“飞常准”、“酒店达人”等琳琅满目的无线客户端相比,“势力邦”稍显低调。

高速发展的在线旅游市场正在吸引各路英豪跑马圈地,传统在线旅游企业开始面临着更加激烈的挑战。继京东和艺龙展开酒店预订合作后,芒果和华为的合作模式也为业内提供了新的思路。据知情

人士透露,为了扩大市场规模、增加利润增长点,芒果网早在2010年就提出了“开放”的策略,寻求跨界合作和发展。2011年6月,芒果网与京东合作,为其提供机票服务,京东机票预订业务正式开启;9月,芒果网与腾讯Q+在机票、旅游等领域的合作正式上线,成为Q+的标杆。

据了解,华为是国际一流的电信和手机类供应商,此次芒果网借助华为强大的技术开发能力和资源优势,其想在移动互联网领域谋求更大发展的决心可见一斑。而此次与华为的合作,也是芒果又一次跨界发展的新尝试,对此,合作双方均看好移动互联网市场未来在旅行行

业的发展。

据艾瑞咨询统计数据显示,2010年手机支付客户数量为9028万户,与9.5亿的手机用户规模相比,具有巨大的提升空间。智能手机的普及和消费者使用手机习惯的改变为整个旅游业提供了更大的无线市场空间。2012年查询旅游信息的手机用户全球预计增长51%,18%的手机用户将用手机预订酒店和机票。

移动互联网留给了人们足够的想象空间,在线旅游商无不看好这一市场,业内几家大型的在线旅游公司均在移动互联网客户端投注不少心力。有业内人士分析认为,移动互联网是未来的

主旋律,是在线旅游的下一个掘金点。去哪儿网去年10月开始进军无线客户端市场,其相关负责人表示:“无论是在线旅游企业还是传统旅游企业均纷纷涉足无线旅游业务,这是由旅游业本身的特点决定的。旅游跟移动具有天然的契合性,涉旅企业更应重视移动互联网的发展和应用。”

业内人士普遍认为,如果移动互联网能够打破现有的一些支付方面的壁垒,它将是在线旅游蚕食传统旅游份额的一个强大助推器,而移动互联网也将在2012年成为在线旅游的新蓝海。

本报记者 程铭劼