

促产业 撬动本地旅游市场

随着微时代、信息时代的到来,微旅行已经有了新一层的含义。即指游客以微博、微信为主要载体,将旅途所见、所思、所获通过微博、微信等新媒体随时、随地与别人分享的过程与形式。时至今日,微旅行已经不仅仅是一种生活态度,它更成为一种不可忽视的营销平台和手段。



微旅行之什刹海寻古刹

脑、手机等终端获得分享的方式为受众在第一时间了解旅行过程、目的地基本状况提供了极大的便利;三是内涵丰富,微旅行相关信息发布时还可以附带相关图片、视频、地理信息、音频、话题、街景等,内容丰富多样。

微旅行切勿沦为噱头

一直以来,业界对微旅行缺乏清晰的定位,这使得一些游客对这一被冠以新名词的旅游方式感到不以为然,认为它与自助游差不多,不过是将出游地选在了离家更近一些的地点罢了。对一些消费者而言,尽管行程短,但他们对周边景区环境及配套设施的要求并不低,旅行社只有提供高品质、个性化的微旅行产品,才能避免“换汤不换药”。

魏斌表示,微旅行是一种释放压力的旅游业态,但要让出游者在短途旅游中能感受到几分有别于闹市喧嚣的静谧,抛开工作及紧张情绪而投向更舒适的环境,并非有那么多理想的目的地,也并不是每个城市周边都具有这样的条件,这就给微旅行的产品设计带来一定难度。

大众国旅相关负责人表示,目前微旅行市场尚处于先期探索中,需要提高完善的细节还很多。公司在2011年设计了8条微旅行线路,销售情况还不错。未来还将尝试包括预订门票、景点门票,门票加酒店的自驾游,大巴加门票、酒店的半自助式微旅行,近距离动车加门票、酒店的半自助式微旅行,指定群体范围的特供微旅行线路等。

北京商报记者 程拓 陈冰

微旅行成营销新热点

浙江嘉兴市借微旅行升级转型;东风日产借微旅行推出新车型;MINI投拍《城市微旅行》微电影,为旗下Paceman车型造势;长江索道景区、福建南平市等纷纷借助微旅行进行营销推广。

随着信息时代的到来,游客们在行程中可以通过微信、微博分享心得、攻略,这种方式已经使微旅行成为旅游业经营者重视的新营销“战场”。从一定意义上讲,微旅行分为出行前的攻略搜集以及出行后的攻略分享。

途牛旅游网度假产品部总监魏斌表示,现在更多的年轻人选择旅游目的地的方式已经改变,微博、微信上的海量信息很大程度上会对人们的选择产生影响。就像微博是随心而发一样,微旅行是随意达成的出游。

“平时的生活太累太单调,微旅游就是一种调剂。”家住北京永定门的李女士在微博中表示。去年中秋过后,李女士在

微博上看到同事发的去延庆柳沟吃豆腐宴的照片,就立刻动了心,随后的周末就开车带一家人去了柳沟。李女士表示,自己平常在微博上喜欢看别人分享的旅游心得和美景,有时候看到一个地方的照片就会萌生出游的想法。

一名叫“由峰”的网友在微博上说,许多事情都发生着从加法到减法的变化。对于现在的上班族来说,周末是他们出游的最好时机,哪怕是周五晚上萌生出出去走走的想法,只需在网上搜些攻略,周六就可以背上背包出发。

新媒体旅游攻略受捧

事实上,一些在线旅游企业早已认识到旅游攻略对于新旅游时代的重要性。去哪儿网、酷讯网等均拥有自己专业的旅游

体验师团队,其发布的旅游体验报告可以为游客提供参考。携程网也拥有专门的“攻略社区”频道,便于旅游者交流心得体会。“得攻略者得天下”,这句流行于在线旅游企业中的一句话,恰恰从侧面反映出微旅行攻略的重要性。

在专家看来,微旅行攻略拥有三大优势。一是成本低廉,只需开设一个微博或者微信账号,就可以从事相关信息的发布,介绍自己的旅游资源或者和广大旅游爱好者分享自己的旅游经历、旅游过程中拍摄的精美图片、精彩视频、有趣见闻、相关感受;二是传播快速,随着智能手机的普及应用和多媒体终端的功能多样化,微时代的信息传播,尤其是旅游信息的传播已经基本可以实现将全部旅途见闻和感觉进行现场直播。这种通过电

全北京都在听的

FM 96.9

听听资讯 听听歌

难忘的经典旋律 时尚的城市声音 新鲜的热门资讯

影响中国最大消费集群

全天候 24 小时播出 服务北京优质听众

VIP 投放热线 133 0112 5071
010-5175 2200

宾臣国际传媒集团
BENSON INTERNATIONAL MEDIA GROUP