



# 高端旅游周刊

## Business Travel Weekly



欢迎关注  
BBTravel订阅号

A1-A8

2014.12.11

特别关注

## 一起京郊滑雪吧

滑雪是冬季的主要运动项目，随着陆续营业，今年京郊各大滑雪场都迎来了不少滑雪爱好者。与去年相比，今年滑雪场不论在价格还是硬件上，都有一定的提升，滑雪产业被大为看好。本期，北京商报记者就带您走进京城的户外滑雪场。

(详细报道见A2版)



巅峰之旅·观察

## 旅游服务逆差值得反思

关子辰

临近年底，许多国家和地区都推出了圣诞节、年底大促销，商品折扣达到全年最低。不少旅行社也纷纷打出了“购物团”，借此招揽游客。一时间，“购物游”成了出境游的主题。

近年来，我国境外旅游消费逐年递增，目前已超越美国和德国成为世界第一。

其实在2009年，我国旅游服务贸易自1982年以来首次出现逆差，规模超过20亿美元，但仅仅五年后，这一数字就突破了1000亿美元，增长近50倍。美与丑往往结伴而来，就在我们顶着“旅游大国”的光环时，“旅游最大逆差国”也成为不争的事实。

据中国旅游研究院数据显示，去

年我国入境旅游1.29亿人次，同比下降3%；与之相反，今年我国出境旅游人数同比增长17.5%，出境旅游花费1550亿美元，同比增长20.8%。从数据上不难看出，国人出境旅游人数与消费增长速度不可小觑。

为何有如此多的旅游爱好者宁可舍近求远地奔赴异乡旅游，也不愿一睹国内风景秀丽的大好河山？这个问题让许多国内旅游从业者痛心疾首。与此同时，也暴露出国内旅游环境的诸多硬伤。

逢假期便涨价、服务质量跟不上、景点配套设施不完善等问题是造成游客外流的原因。一些地方宰客现象严重，几个菜要价几千元屡见不鲜等标

签更是把国内游客“推”到了国外。难道这些现象不值得我们反思吗？

经营者只关注短期经济利益，而不关注长期品牌效应，这种心态让国内许多景区难以在游客心中扬名立万。国内旅游市场缺乏更充分、更富特色的旅游产品和服务。此外，国内的旅游商品便宜，但往往是价格低廉、千篇一律，最终只能是互相低价竞争，导致入境游的人均花费较少。正是这种“挤出效应”，使得国内游客纷纷外出，加剧了旅游逆差。

提升入境消费，说到底还得靠国内旅游服务质量和服务环境。如果我们自己的旅游产品既有民族特色，又能保质保量，显然国人就不必出境购买“舶来品”了。

A4 巅峰之旅·热门推荐

### 今年圣诞Party去哪儿

圣诞节马上就要到了，北京不少地方都洋溢着圣诞节的气氛。到底去哪儿玩才能过一个难忘的圣诞之夜呢？本期记者就为您寻找几个圣诞约会地，带她来一场圣诞约会之旅吧。

A6 巅峰之旅·行业观察

### 酒店联合上游试水O2O仍具潜力

酒店自身的业务经营优势逐渐丧失，外延式扩张势在必行。O2O体验式消费平台蕴藏百亿市场，在新一轮洗牌在即的酒店业，或将成为整个行业的兵家必争之地。

A7 巅峰之旅·MICE

### 会场搜索平台开拓线下会奖版图

近日，会唐网以8000万元人民币包含现金及对价股票全资并购成都司途会奖。此次会唐网并购司途会奖是会唐网首次完成对线下会奖公司的并购。