

·市场观察·**B2B平台、批零一体、目的地采购成新趋势**

旅游产业链开启结构重塑

B2B平台兴起

北京商报记者发现，在B端市场上，B2B平台的发展逐渐变为新趋势。所谓的B2B平台是指一个网络平台，该平台能够整合上游中小型批发商产品，在平台上进行相关企业、产品展示，并联系下游C端企业在平台上帮助C端企业进行比价采购。

近两年，B2B平台频繁受到资本市场的青睐。2013年，南京八爪鱼获得1.5亿元投资。去年10月，欣欣旅游的B2B平台欣旅通被腾邦国际看中，以1.95亿元收购其65%股份。去年底，上海驰誉洽谈A轮融资，匹匹扣公司旗下旅游圈B2B平台也完成了1.2亿元融资。

“B2B平台的最大优势在于能够让上游批发商拓宽销路，下游C端企业有更多的产品选择且价格低廉。”有业内人士如是解读。

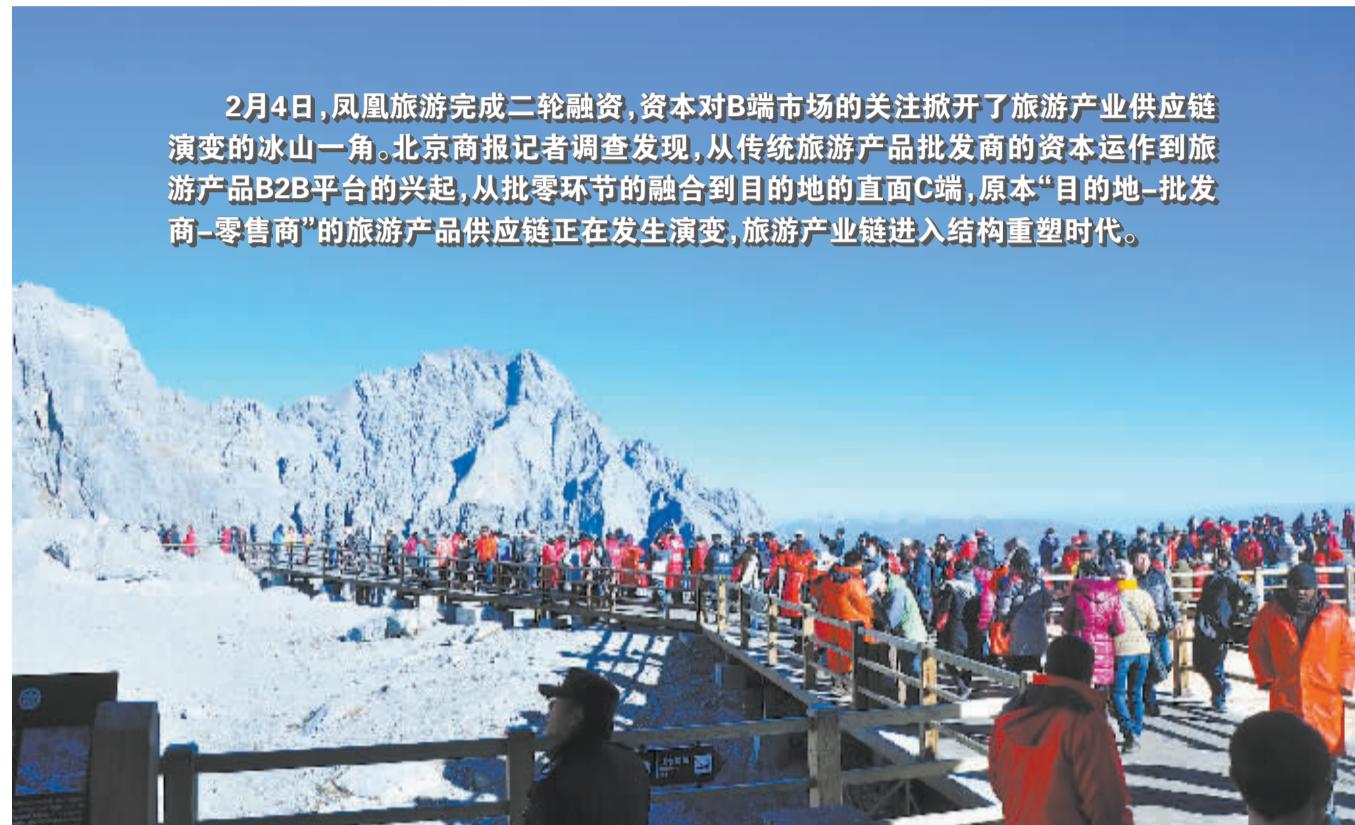
事实上，旅游产品的去中间化趋势已十分明显，B2B平台的出现主要利于区域中小型批发商。因为大多数区域小型批发商既无资本支持又无过多分销渠道，面对上下游企业频频越界的干扰，小型批发商的生存愈发艰难。而传统单一路线批发的优势有限且分销能力弱，因此十分依赖C端企业，为了维持生存只能受C端企业摆布，让利、拖长账期都是区域小型批发商长期面临的问题。

一位B2B平台工作人员告诉北京商报记者，“现阶段的B2B平台发展还不算完善，只处于初级阶段。在旅游产业的发展过程中，B2B平台的出现只是一种解决方案。现在的B2B平台是集中流量、集中供应端，提供平台（交易端）为产品做展示，这些是现阶段B2B平台在做的工作”。

业内人士指出，B2B平台还处在发展初期，存在很大机会，未来会加速提升产能，B2B平台将会转型并且升级。北京交通大学经济管理学院旅游管理系教授王衍用认为，旅游需要新的业态空间，中型旅游企业要特色化，小型旅游企业要网络化，旅游需要新的转型方式来开拓新的市场。

批零一体加速

旅游产业链另一大趋势就是批零一体加速。由于B端企业与C端企业相互渗透，很多大型旅行社已经开启批零一体的



2月4日，凤凰旅游完成二轮融资，资本对B端市场的关注掀开了旅游产业供应链演变的冰山一角。北京商报记者调查发现，从传统旅游产品批发商的资本运作到旅游产品B2B平台的兴起，从批零环节的融合到目的地的直面C端，原本“目的地-批发商-零售商”的旅游产品供应链正在发生演变，旅游产业链进入结构重塑时代。

模式。众信、凯撒等大型旅行社早就开始将批发与零售共同发展，携程也于2014年9月战略投资华远，开始批发、零售共同发展，旅游企业开展批零一体模式，在未来一段时间内将会成为趋势。

小型批发商借B2B平台拓宽销路，大型批发商则直接将触角伸向C端市场，美嘉、春秋等大型批发商均已开始涉足C端市场。某大型批发商相关负责人告诉北京商报记者：“旅行社现在竞争激烈，中国市场游客多、市场大，但是现在利润点薄，所以大家都在努力扩大市场范围、扩大业务量，希望能够增加利润。批发商做零售其实一直都有，电商为批发商提供了便利，所以现在很多批发商都利用方便条件向线上转变。”

除了B端企业积极开拓C端市场外，C端企业也在致力于发展B端业务，在市场上占有一席之地。旅游零售商拓展B端业务除了像携程一样购买某个大型批发商外，一些C端企业开始研发自己的产

品，希望能够拥有拳头产品，并以此占领一部分市场份额。

北京首钢国际旅行社副总经理尹晋表示，首钢国旅已经推出了自己的美国自驾游品牌，同时也在加快研发养老产品及游学产品。旅游散客市场很大，现阶段旅游市场的发展已经进入去中间化过程，零售商被迫转型不得不发展自己的产品，在提高利润的同时，也可以与电商抗衡，同时让利给消费者。“前店后场”的模式在未来一段时期内都会是最常见的模式，也是最稳定的模式。

目的地采购更热

在游客层面，旅游产业链去中间化的趋势表现为旅游者到旅游目的地选取旅行社采购产品。国内旅游散客化趋势非常明显，很多旅游者都开始到旅游目的地采购短期产品，而不愿选择已经打包好的旅游产品。

据中国旅游研究院的调查结果显示，

在出游形式中，受访者选择“自己组织”和“单独出游”作为出游形式的比例分别为52.6%和12.9%，合计65.5%，仅有29.9%的受访者选择参加旅行社的出游团。

中国旅游研究院副研究员杨彦峰认为，旅游目的地产品的兴起将会是未来旅游业的趋势，这种情形主要体现在国内旅游目的地。只有韩、日和中国台湾、香港等目的地提供相关短期旅游产品，其他境外旅游目的地暂时仍是以打包产品为主。游客在选择国内游时更青睐于自行订好机票和酒店，等到达目的地之后在当地预订一日游或两日游产品，可按照自己的喜好选择拼凑。

其实此种旅游方式在国外已经盛行一段时间，旅游目的地借助平台直接对话游客已经成为新的旅游方式。杨彦峰同时说道：“游客可以通过App预订旅游目的地的旅游产品，例如大众点评、高德地图等软件或者OTA都是旅游目的地旅行社的零售商。”
北京商报记者关子辰曾威

春节回顾

今年春节出境游人数同比增10%

据“全国旅游团队服务管理系统”数据显示，今年春节2月18日—24日出境游人数（不含港澳台地区）达到518.2万人次，同比增长约10%。

据了解，出境游目的地的火热也让各国纷纷针对“中国春节旅游季”采取措施，一些中国内地游客旅游的热门地还办起了“中国春节”，增加华人导购等，其中西班牙通过调整菜单、接入中国电视台信号、提供中文服务等方式打造一批“中国友好型”酒店；美国部分酒店开办针对中国客人消费习惯的培训班，并推出系列庆贺活动。

今年春节，北京市经营出境游业务的旅行社春节期间组织出境游的团队数量接近4000个，出境游人数为7.5万人，

比去年同期增长1.9%。增长幅度最高的旅游目的地是日本、韩国和新马泰等周边国家。

此外，春节期间各地旅游节庆活动丰富多彩，以散客和家庭为单位的民俗祈福游、贺年休闲游成为市场主流。

北京接待旅游总人数901.3万人次

北京市内庙会、灯会游客最为集中，据相关市属媒体报道，春节放假第五天，北京两大庙会客流逼近27万，创春节假期新高。

据悉，春节期间北京市接待旅游总人数901.3万人次，比去年同期减少7.5%，旅游总收入47.83亿元，同比增长9.1%。

高速路假期免费政策带动了京郊旅

游的增长。据北京市旅游委相关数据统计，全市乡村民俗旅游接待83.8万人次，比去年同期增长20.4%，旅游收入7736.4万元，同比增长13.4%。其中，大兴区推出了冬季旅游活动集锦，包括10个精品草莓采摘园、10个农业观光采摘园和10种特色美食。春节期间，民俗旅游接待人数同比增长130%，旅游收入同比增长72.9%。

此外，春节期间最聚人气的地方还是年味十足的各大庙会，今年的游客接待量仍然位居全市各大公园前列。全市规模最大的庙会是地坛庙会，假期共接待游客97.8万人次；龙潭庙会次之，共接待66.4万人次；圆明园庙会接待41.8万人次。

北京商报综合报道

泰、日、韩为主要目的地

今年春节外出旅游似乎已成为不少游客不可或缺的内容，北京商报记者了解到，团队出境游主要目的地仍是泰国、日、韩、东南亚海岛等短途出境游热度不减，赴澳、美等远程线路游也出现大幅增长。

汇率利好、签证放宽、消费环境改善等有利因素，进一步激发了中国游客春节期间出境旅游消费的热情。