

· 资讯播报 ·

清明将至 北京各公园力推赏花节

北京商报讯(记者 陈杰 曾威)昨日,北京商报记者从部分市属公园了解到,不同主题的公园赏花节最近纷纷开幕,吸引大批游客前往。作为最早开幕的赏花节,3月19日,以“潭清玉渊秀 樱红满园春”为主题的北京玉渊潭公园第27届樱花节开幕,门票售价10元/人。“北京植物园2015年第二十七届桃花节暨第十二届世界名花展”也于上周末拉开帷幕,北京植物园桃花节通票售价50元/人。北京鹫峰国家森林公园的梅花节也将于3月28日开幕。随后百望山森林公园山花节将于3月29日开幕。陶然亭公园的海棠文化节也即将开幕。

为保障游客安全,公园景区内加强了安保措施。北京植物园将在重要节假日期间增派近80名武警及驻园派出所民警。在游客集中的樱桃沟会适时实施单向游园措施。玉渊潭公园樱花节期间也在各门区增设手持安检。

景区门票迎新一轮涨价潮

北京商报讯(记者 陈杰 曾威)昨日,北京商报记者了解到,今年又有多地景区宣布涨价。新疆发改委近日发布调整喀纳斯景区、天池风景区、巴音布鲁克天鹅湖景区等7个景区门票价格。各景区涨幅均在15~30元左右。同样预计调价的还有秦皇岛部分景点。长寿山、五佛山森林公园景区与角山景区联票价格拟定为旺季每张120元,淡季每张60元。甘肃著名景点莫高窟由于长期亏损,也已确定于今年7月21日起开始涨价,执行期为三年,涨价后的门票价格为旺季200元,淡季100元。

为此,国家旅游局于近日开展全国旅游价格信得过景区创建活动,其中一项标准就是自愿承诺较长时间保持门票价格稳定,鼓励各地区A级景区积极加入。

北京交通大学旅游管理系主任张辉认为,景区涨价难控制,很多景区由企业经营,涨价也是市场的要求。“不过国内旅游的成本较高,其中门票占绝大部分,这种情况虽然可以加大企业的收益,但对旅游整体形势发展是不利的,间接促进了出境游的发展。”

皇家加勒比在亚洲部署第五艘邮轮

北京商报讯(记者 关子辰 实习记者 郭白玉)昨日,皇家加勒比国际游轮全球总监兼首席执行官迈克·贝勒在新闻发布会上宣布,皇家加勒比国际游轮将于2016年在亚洲市场部署皇家量子系列第三艘邮轮海洋赞礼号,天津将成为海洋赞礼号的首个中国母港。

海洋赞礼号将于2016年4月完工,首航将是从英国南安普敦到天津的52晚奥德赛之旅。其是皇家加勒比在亚洲市场的第五艘邮轮,另四艘分别为海洋量子号、海洋水手号、海洋航行者号、海洋神话号。

此前,另一邮轮巨头歌诗达也新增一艘邮轮投入中国市场,目前其在亚洲市场有处女星号、双鱼星号及宝瓶星号三艘邮轮。各旅游企业今年也加大了邮轮业务投入力度,凯撒旅游今年就承包了多家邮轮公司近30艘邮轮。有业内人士表示,中国邮轮市场其实已经出现供过于求的现象,如此大的市场投入,很有可能引起邮轮市场价格混战。

赔钱返现 OTA能玩多久

北京商报讯(记者 陈杰 实习记者 白帆)羊年OTA市场竞争战还在继续。昨日,北京商报记者调查发现,携程、去哪儿网和艺龙等几大OTA在酒店预订方面,通过加码返现的模式大搞促销,部分酒店预订返现比例甚至超过20%。有分析认为,即便是OTA现在依然处于亏损阶段,但它们还是不得不通过返现等方式持续烧钱力保市场份额,谁能扛到最后,谁将是赢家。

据了解,几大OTA酒店预订返现主要分为点评返现和购买返现两种方式。艺龙打出了“订酒店返现金高达20%,最高可返1050元”的口号。北京商报记者浏览艺龙酒店预订页面时发现,只要勾选“当前促销”中“返现”一栏,即有6924家酒店出现,预订其中某家酒店一间418元的房间,即可返现80元,返现比例高达19%,而一间原价1360元的酒店房间,返现金额更是高达201元。去哪儿网也推出移动端“新用户订酒店双倍返现金”的优

惠活动,此外,去哪儿客户端预订酒店,可获赠星券和专车券,如原价508元的酒店房间去哪儿返508元星券及1080元专车券,1星券相当于1元(标识可用星券酒店使用)。

另据北京商报记者了解,OTA返现其实已经并不局限于酒店,也包括飞机票预订等其他类型旅游产品,携程相关负责人表示,目前携程在酒店、旅游类、机票等领域均有返现优惠,在酒店领域,团购价58元的宾馆房间预订就可返还20元。

OTA大搞返现让消费者获得实惠。家住北京的刘女士,来京前在上述一家网站上预订了北京某酒店价值859元的房间,入住成功并离店即可获得103元的返现优惠。对于经常出差的她来说,这样的优惠活动确实具有吸引力,因此外出预订酒店常通过网络平台,既方便又划算。

劲旅网发布的最新数据显示,今年2月,携程、艺龙、同程的酒店预订返现数

量占比均为89%,芒果网为91%,住哪网则高达100%。在力度上,艺龙返现力度仍为最大,有分析人士认为,这或与艺龙想要力挽其在酒店预订市场上的颓势有关系。另有数据显示,去年整个互联网行业用于对消费者的返现金额高达1500亿美元。

携程相关负责人表示,搞返现活动的目的之一也是在招揽用户的同时提高移动端的下载量。驴妈妈旅游网目的地事业部总经理姚帅也认为,今年将是OTA返现力度很大的一年,且手机移动端的返现力度要强于PC端。但姚帅将驴妈妈进行的返现活动归于“被迫加入价格战”。尽管OTA对于大搞返现的目的说法不一,但劲旅咨询CEO魏长仁却指出,各大OTA最终的目的其实依然是拉拢更多客户。“返现是要把进口袋的钱吐出来,别人都那么做,自己不做用户就会流失。”

易观国际分析师朱正煜表示,返现活动作为营销的主流模式,目的是吸引

顾客,抢占市场份额。目前国内在线旅游市场渗透率为8%,而欧美则为40%,在线旅游市场增长空间很大,抢占用户,培养用户对在线旅游品牌的依赖性,将来会形成规模庞大的用户群。去哪儿网相关负责人曾公开表示,返现在提高市场份额和酒店供应链的客户黏性方面非常有效,去哪儿在直销酒店预订中积极提供返现。

对于几大OTA而言,一边是持续不断烧钱推动返现等让利优惠措施;另一边则是去年全面亏损的糟糕财报,其实日子并不好过。魏长仁对于这种持续烧钱的举动指出,未来究竟谁输谁赢,最重要的还是看谁能扛到最后。

朱正煜则表示,OTA其实并不在乎一时半会儿的亏损。未来包括返现在内的价格战还将持续很久,行内预计2020年旅游市场才可进入成熟期,届时移动端将更加普及,线上线下业务整合更加完善。

重张后要做东家宣传窗口

西单大世界音像店转型谋生

北京商报讯(记者 卢扬 沈艳宇)此前陷入“关店”风波的西单大世界音像店在重新装修之后,于近日正式营业。

西单大世界音像店运营商、北京文化艺术音像出版有限责任公司副总经理郭丰禄表示,音像店重张后将首先服务于北京演艺集团整体经营方向。今年北京演艺集团将举办“五月演出季”,包括《想飞的孩子》、《胡桃夹子》以及杂技与相声混搭的创新语言杂技剧《北京》等戏剧。大世界音像店将在活动期间邀请中国杂技团、北京歌舞剧院等院团的艺术家来音像店做讲座,通过举办与戏迷的交流活动,使大世界音像店成为北京演艺集团的一个宣传平台。

郭丰禄还透露,今年西单大世界音像店还将推出自主出版的戏曲名家系列音像制品。“戏曲类音像制品受网络冲击的幅度较小,老戏迷们还是喜欢传

统的CD、磁带、黑胶唱片,而且音乐发烧友还会收藏一些包装精致的音像产品。现阶段大世界音像店的微信、微博已经开设,网上商店也正在准备当中。近期我们就针对会员做了问卷调查,借此了解消费者的需求,并向集团提供信息反馈,以为接下来将举办的音乐发烧友聚会、戏曲艺术家讲座做市场预热。”

北京大学文化创意产业研究院副院长陈少峰分析,对于重新开张的西单大世界音像店来说,目前最重要的就是提升自身的营业额,“如果它想要成为北京演艺集团的另一个窗口,首先要做的是继续扩大品牌影响力、扩大受众群,提供更多的音像产品。在此过程中,不能忽视在线平台的运营,为了吸引年轻消费者,可以增加数字音乐业务,以此让传统的老牌音像店获得更广阔的发展空间”。

国家旅游局公开点名

同程、途牛低价揽客被约谈

北京商报讯(记者 陈杰 实习记者 白帆)3月在线旅游迎来新一轮的营销竞争,为抢夺市场,各大旅游平台推出“旅游节”系列活动,以“1元出境游”、“3折起”、“定点开抢”等促销培育目标用户,并通过网站、App全面展开,各种形式的广告战也轮番启动。然而就在促销活动大力开展的时候,国家旅游局对此泼了盆冷水。

昨日有消息称,国家旅游局针对同程、途牛两家企业在互联网上以低价招徕游客的经营行为,责成江苏省及南京市、苏州市旅游单位分别约谈同程、途牛企业负责人,要求其就相关旅游产品成本构成做出说明。目前,南京市旅游委员会已下发整改通知,要求途牛停止其“1元出境游”业务。

对此,途牛以《创新服务产品 保障出游体验》为题做出回应,称目前已下

线“1元出境游”业务,并完成与南京市旅游委的沟通。途牛还表示,将通过创新经营模式、优化供应链等,进一步降低运营成本;通过银行合作、供应商合作、营销活动等贴补消费者,为消费者提供更多低价、优质出游产品和服务;在保障旅游产品品质的同时,践行途牛“九大出游保障”,提供更优服务,全面提升消费者出游体验。

而同程网络科技股份有限公司则发出一封题为《同程网络科技股份有限公司对被约谈一事的回应》的“检讨书”,称保证将进行全面自查,为建设规范、有序、活跃的在线旅游市场贡献一份力量,但并未对是否取消相关业务做出说明。

业内分析称,OTA低价营销已成常态,此番两家企业被约谈或将对其他企业有所警示,有利于规范市场秩序。

甘家口百货

活动日期 2015.3.27 ~ 2015.4.6
详情请见店内明示
特例品除外

甘百感恩购物季

第十四届婚庆珠宝名表节 第十一届户外运动节

服装服饰、家用商品等大部分商品

满200减80/60/40
(当日同档跨柜累计减)

购物集印花

3.27-5.31

百货一至五层现金或银行卡当日购物累计每满200元,即可获得印花1枚;伊丽莎白雅顿、兰芝、高丝专柜现金或银行卡当日购物累计每满800元,即可额外获得印花2枚。在印花卡上集齐所需印花数量,即可兑换礼品,礼品可任意组合。具体规则详见店内明示。

感恩满额礼

4.4-4.6 一层

凭百货一至五层当日现金或银行卡消费满398元/998元/1398元/6998元及以上购物机单,获赠不同礼品1份。数量有限,送完为止。黄金、数码通讯、超市及团购不参加。不同时参加其它活动。礼品以实物为准。详见店内。

感恩分享礼

3.27-3.29 一层

甘家口百货携“扫货邦”推出微信“摇一摇”,顾客凭当日任意购物机单参加“摇一摇”,并将甘百感恩购物季分享至朋友圈,即可获赠礼品1份,日限60份,数量有限,送完为止。礼品以实物为准。

扫货邦

购物季消费礼

4.4-4.6 一层

凭百货当日一层化妆品牌现金或银行卡消费满额购物机单或四层运动户外品牌现金或银行卡消费满额购物机单,获赠长城门票1张或“延庆邻家大娘体验中心免费住宿2晚体验券”1张,数量有限,送完为止。黄金、数码通讯、超市及团购不参加。不同时参加其它活动。礼品以实物为准,详见店内。

第十四届婚庆珠宝名表节

伊丽莎白雅顿、高丝、兰芝 3.27-29会员25倍积分/4.3-4.6会员20倍积分

欧珀莱、玉兰油、ZA 4.3-4.6会员20倍积分

“炫彩珠宝 热力百变”第14届婚庆珠宝名表节

3.27-29/4.3-6/4.11-12/4.16-19/4.25-26/5.1-3/5.9-10 镶嵌大部分满100减45 翡翠玉石类大部分满100减65

黄金大部分当日金价每克减40/30/20/10元 名表大部分满100减25/15

谢瑞麟 部分镶嵌满100减20 千叶 部分镶嵌满100减45 4.3-20/4.25-26/5.1-3/5.9-10

周大生 部分镶嵌满100减45 千禧之星 部分镶嵌满100减40

老凤祥 黄金当日金价每克减30元 4.3-6/4.16-19/5.1-3/5.9-10 赛菲尔 黄金当日金价每克减40元 3.20-4.6

亨吉利 部分瑞士表款满1000减150 3.27-29/4.3-6/4.11-12/4.16-19/4.25-26/5.1-3/5.9-10

第十一届户外运动节

运动户外 耐克 主题推广6.5折-7折 阿迪达斯 两件8.5折 奥索卡 部分5折

NIKE JACK WOLFSKIN ADIDAS OAKLEY KAPPA DINGLI BEALME ICEPEAK

new balance MANGROVE CROCS MOH GARDEN HASSI BLACK YAC TELENT TITANIC SINGCHERON SCALER

少淑装 VEROMODA ONLY 部分满200减80 仅限本专柜累计 PRICH 部分7折

暇步士 春装满200减40 A02 部分6折 ESPRIT 艾格 ES 部分满100减30 仅限本专柜累计

女鞋 百丽 天美意 OLGA 部分满200减60/40 萨瑞儿 GNC 部分满200减80/60/40

他她 接吻猫 米莲诺 部分满200减80/60 男鞋 高度 部分满200减80/60 其乐 部分满200减40

淑女装 玫而美 依理 部分满200减40 赛斯特 皮尔卡丹 部分满200减60/40

敦奴 部分满200减80/40 楷皇公主 部分满200减60 眼帛 部分满200减80/60

针织 富美 华钟 钢牛 部分满200减80/60/40 三枪 部分满200减80 HR 部分5折 邓禄普 部分8折

羊绒 香莲 部分5折 帕罗 部分5折 珍贝 部分8折 淑女包 岁比华利 部分3折

内睡 华歌尔 旧款文胸抵值100元换购新内衣 欧迪芬 部分5-8.5折 苦苦公主 3.8折起

休闲 暇步士 部分满200减40 部分满200减60 3.27-4.6

诺帝卡 部分满200减60 LEVI'S 春装新款部分5-7折 3.20-4.6

男正装 歌德克依 罗马世家 庄子 部分满200减60 3.27-4.6

家居 利快 多样屋 部分满200减40

内野 蔡诺 部分满200减40

罗莱 年度钜惠2折起 ESPRIT 部分满200减80/40 菲亭 部分满200减60

床品家纺 梦洁 依娜 梦兰 部分满200减80/60 安睡宝 部分满200减60

童裝 水孩儿 部分满200减80 派克兰帝 安奈儿 法纳贝儿 海威迩 小猪班纳 部分满200减60

童裝 暇步士 ELLE 汪小荷 好孩子 部分满200减40 眼镜 眼光独到 太阳镜满200减60