

· 声音 ·

“机+X”是天然之合

要想在休闲旅游黄金十年继续能实现前面的辉煌,第一件事情是把票务商品化,根据休闲客人的需求搭建一个全链条的商品,而不仅仅是卖一张机票的问题。旅行生活是我们提出来的,“机+X”也是一个天然之合。

吉祥是“机”,我们是“X”。“X”就是出门旅行所需要的一切东西。

把“X”做好、做标准化,淘在路上两年基本上把这个问题解决了,方式是两件事情:第一个是通过专业选手去采买;第二是通过社会化的方式监控以及自控。至于“X”方面的拓展,虽然我们基于开放战略,但最开始不可能开放,最开始我们要把整个商品、产品打磨好,一开始开放会泥沙俱陷。



淘旅行CEO
唐一波

自由行领域还在修炼内功

在中国在线领域的并购中,除了去携很难再发生更大的并购,各自的定位不同。自由行领域还是处于一个修炼内功的阶段,包括蚂蜂窝在2015年的自由行交易平台取得了300%的增长,不仅是O-TA、酒店的合作伙伴,也在机票、当地游方面发力。因为自由行处在一个井喷的起始点,其实还有很多空间。在自由行领域,短期内小的团队可能会面临一些生存危机,但是大型并购可能不会发生,但在旅游的资源端,短期内还是会产生一些并购的,比如传统旅行社之间。



蚂蜂窝CEO
陈罡

偏资源型企业不是自由行发展的一个方向或趋势,因为自由行里面谁更为用户去代言、去匹配更好的目的地资源,才能获得未来的发言权。

· 资讯 ·

雁栖湖影视冰雪文化节推海狮表演

怀柔冰雪嘉年华暨雁栖湖首届影视冰雪文化节日前启幕。这里不仅有3万多平方米的雪区、8000平方米的冰区,还专门开辟了海狮表演区,能欣赏到海狮的精彩表演。

作为怀柔冰雪嘉年华活动主场所,雁栖湖景区以自然山水和APEC会址的各式建筑为依托,融合多种影视元素。冰雕、旋转飞碟、雪上飞碟、雪人王国、大雪山乐园、雪地空中探险、冰车、冰上自行车、冰上悠悠车等冰雪娱乐项目应有尽有。同时,雁栖湖景区还布置了120米的文化长廊,全面介绍冬奥会的历史文化及北京冬奥会等相关知识。

据了解,整个冰雪文化节将持续至2016年2月,活动期间,雁栖湖景区联手怀北国际滑雪场、鹿世界等怀柔6家冰雪乐园,共同打造冰雪怀柔。同时,怀柔区冰雪嘉年华合作联盟将结合元旦、春节、情人节等节日,举办丰富多彩的系列冰雪活动,为北京冬奥会助力添彩。

大兴举办冰雪狂欢节助力冬奥

北京大兴庞各庄镇首届“冰雪狂欢节”将于2016年1月1日正式推出。据悉,首届冰雪节活动以“全民参与冰雪活动,为中国首届冬奥会加油”为主题,通过丰富多彩的活动,全面展示改革开放以来北京大兴区庞各庄镇经济社会的发展成就。

首届冰雪狂欢节将由北京航天之光观光农业园有限责任公司承办,为京城最大冰雪乐园,活动内容包括雪上飞碟、狗拉爬犁、雪地坦克、雪地转转车、雪地摩托、香蕉船及雪地CS等。主办方介绍,该活动同时也让更多的游客了解庞各庄镇的冬日乡村美景,从而促进银色旅游,促进旅游经济快速发展。

北京商报综合报道

人物专访

重庆海外旅业集团总裁张力:

传统旅行社需拓展C端渠道

传统旅行社走向线上已成趋势。以价格战为主要方式的渠道拓展时代已经结束,但传统旅行社备受冲击,然而,在分享经济到来的时候,传统旅行社也看到了价值,线下发展门店,线上开通售卖、社交、分享的渠道。重庆海外旅业集团最近就计划上线一款名为“旅步”的App,结合之前推出的掌旅通、通达人以及线下门店,共同构建全渠道的销售。张力指出,让重庆海外旅业集团的旅游产品尽可能多方位流向C端,是线上线下全渠道建设的最终目的。



北京商报:目前,传统旅行社走向线上已经成为趋势,但从效果来看,似乎并不尽如人意,您对此有何见解?

张力:从趋势上讲,传统旅行社必须走线上,暂且先不说能不能走好。因为消费者的消费、查询场景发生了变化,需要去应对。第二才是能不能做好、是不是能实现理想状态,这个确实不敢说旅行社走到线上就一定会得到好的效果实现理想的状态,不敢说会得到很大的提升。我们针对门店推出了掌旅通,今年掌旅通的成交达到7亿多元,达到2015年交易额的17%左右,这个数据反映出游客和门店之间的交易有一部分确实能在线上完成,那么你提供一个线上的通道,肯定比没有通道要强。但是可能不太会实现50%以上的线上渗透率,最终可实现30%-40%的渗透率。

北京商报:除了传统旅行社往线上走,线上的旅游企业也在往线下走。这两种不同的O2O发展模式有何不同?

张力:线下往线上走相对于线上往线下走更容易。因为互联网毕竟还是工具,分享经济等最终还是提供服务,需要在平台上实现,但是对线下东西的掌握很重要,因此有

时候反而是从线上走到线下不太容易。第二,线下需求在先,然后才能实现线上便捷消费和体验,解决了应用场景的问题。以前说O2O失败的原因,是没有先想到需求才做线上,比如上门洗车业务做得不好,是因为上门洗车的需求量不够大。但是非标产品的顾问需求是存在的,那么接下来就是要解决线上线下互动的问题。

北京商报:重庆海外旅业和众信悠哉都是线下走线上之路,但似乎也不太一样?

张力:我们跟悠哉不一样,他们是B2C,我们是业务人员的营销工具,悠哉是直接面对OTA的竞争直接对C端,面对的是旅游入口的问题。但我们有固定群体,不管是门店、业务人员、达人,都可以借助这些中间力量,广义来讲还是B2B。在渠道上更有必要推出互联网的工具,结合B2B来做,他们更需要高效、透明、打破边界、丰富的产品和与客人便捷沟通的通道,这与针对C端还是不太一样。

北京商报:重庆海外旅业集团计划1月上线App“旅步”,让用户通过“旅步”购买和出售旅游产品。这个渠道的建设与之前的掌旅通和通达人有何不同?

张力:掌旅通是针对门店的,掌旅通推出以后,门店与客人之间的互动在很大程度上能回到线上,通达人是对普通用户,而旅步针对想通过旅游赚钱的群体。目前,重庆海外旅业的全渠道建设包括线上和线下,线下渠道就是实体门店,已经有4000多家;线上已有的渠道则包括掌旅通、通达人、旅步、身边顾问、去哪儿旅游百事通联合旗舰店。我们最终的目的是让重庆海外旅业集团的优势产品不断流向C端,C端的销售能力越强,我们就越能得到更多优势的产品,让平台更强大。

北京商报:您之前曾提到旅步其实反映了分享经济的概念,它是如何体现分享经济的?旅游产品结合分享经济,解决了什么问题?

张力:主要是资源的分享、消费者的分享和平台的开放。其中资源的分享,就是让所有愿意来采购的人员来采购;第二,消费者从购买者变成分享者;第三,旅步将实现通过一个开放式平台向大家分享资源。这个分享与Uber的分享是一样的,只要有时间、有人脉关系、热爱旅游产品,都可以通过这个平台实现人物关系的转换。

北京商报记者 关子辰 白帆

去哪儿网“跨年疯玩季” 酒店抄底特惠

年终将至,新一年的脚步已悄然向我们走近。随着深冬气温骤降,旅游市场也稍显冷清。近日,全球领先的中文在线旅行网站去哪儿网推出“跨年疯玩季”主题活动,集合了温泉游、滑雪游、海岛游、免费试睡、1元秒杀等超值优惠活动,为冬日出行的旅客提供更多便利及超高性价比的出行选择。

据了解,此次优惠活动主要针对酒店预订业务。出门旅行选择地理位置合适、干净舒适的酒店是保证旅途是否舒适愉快的重要一环,“跨年疯玩季”也是考虑到用户的这一需求,推出了多种极具性价比和诱惑力的超值酒店特惠。

该活动已于12月18日正式上线,将持续至2016年1月31日,包括冬

季拒宅、特惠精选、缤纷活动和超值酒店四大板块,涵盖了几乎天南地北各大热门目的地城市的数百家酒店。

无论这个跨年季你是想拥抱冬天去滑雪泡温泉,还是想去热带海岛过个暖冬,或者是要来一个美食购物之旅,“跨年疯玩季”都能满足不同的出行需求。

其中,“冬季拒宅”板块下设有泡温泉、玩滑雪、游海岛、享美食4个小板块。每个小板块下都有对应玩法的超值酒店推荐。无论是百元级的经济酒店,还是千元级的度假酒店,都可以在去哪儿网用抄底价轻松预订。“特惠精选”板块可以说是本次主题活动里力度最大的,包含了免费试睡活动和1元秒杀活动。

其中免费试睡活动只需要消费者入住后提交一篇500字的点评及上传5张酒店实拍照片,即可获得房费报销;1元秒杀的参与方式则更加简单,每天10点去哪儿网会放出1元秒杀酒店的名额,消费者们只要拼网速,就有机会获得1元入住酒店的机会。“缤纷活动”和“超值优惠”两大板块则综合了包括北京、上海、广州、深圳、香港等热门城市的各种类型及档次的酒店。无论是连锁品牌还是特色客栈,都可以在活动页面找到超值优惠预订价。

去哪儿网在跨年之际推出的此次大力度优惠活动,一来为冬季稍显疲软的旅游市场注入了活力,二来为有出行需求的消费者带来了切实的便利和实惠。去哪儿网凭

借自身强大的线上线下资源整合能力,不断在创新中成长,在满足消费者需求方面深耕,并致力于为消费者提供全面的旅游信息服务,让消费者在出行的每个环节都能享受最佳的服务体验。

南新仓文化休闲街

文化 美食 旅游

联系电话:

010-64010843

官方网站:

www.bjnx.com.cn

官方微博:weibo.com/bjnx

