

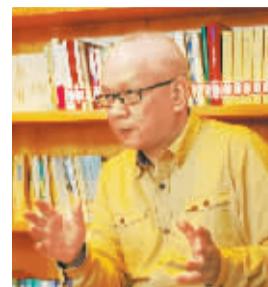
·声音·

“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，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下。

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OTA、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，短期内还是会有一些并购的，比如传统旅行社之间。

偏资源型的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。

蚂蜂窝CEO
陈罡

·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。



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，通通达人是针对普通用户，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：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通达人有何不同？

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通达人有何不同？

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

