

主题游 撬动传统旅游的新支点

随着国内旅游市场的不断发展,传统观光游难以满足当今消费者的口味。3月16日,众信旅游推出“神奇节日在哪里”节庆主题系列产品,而这是国内旅游企业在中国市场首次大规模推出节庆主题旅游系列产品。实际上,近一年来,主题游产品占到越来越多的份额,凯撒旅游等其他旅行社也针对季节推出了赏樱、马拉松等主题性旅游产品。业内人士看来,从当前发布的主题产品来看,主题游产品在所有旅游产品品类中逐渐增加,然而相比一般的旅游产品,主题游产品则需要花费更多的精力,未来将成为传统观光游、自由行之外的另一类产品。

产品频繁亮相

3月16日,众信旅游推出“神奇节日在哪里”节庆主题系列产品,被看做是国内旅游企业在中国市场首次大规模推出节庆主题旅游系列产品。实际上,2016年底到2017年初,众信旅游曾多次发布主题系列产品,其中包括2016年12月推出的“一家一团”和2017年2月推出的“我和春天有个约会”等主题系列产品。目前,主题游产品在众信旅游占据一定比例。

除了众信旅游,凯撒旅游也频频发力主题游产品。凯撒旅游近日就以“专列中国行”为主题,依托中国铁道旅行社的专列资源挖掘老年游市场,据了解,凯撒旅游还将推出以戏迷为客群“戏缘老友记”等主题性专列产品。实际上,在凯撒旅游官网上,主题游产品已经涵盖滑雪、游学、体育、户外、健康五大系列,凯撒旅游旗下滑雪子品牌“滑遍天下”去年12月还联合国家旅游局发布滑雪攻略,此后并与瑞士旅游局推广了多条关于瑞士滑雪的主题产品。

携程也在官网上将主题游分为户外活动、人文探索、赛事庆典、拓展提升、健



康养生5个方面。

业内人士表示,由于中国主题旅游市场刚刚起步,目前市场上一些专业主题游分散在各地的小型中介,服务、标准、价格等方面都不透明也不规范,服务水准参差不齐,缺乏统一的高标准一站式平台,主题游市场在未来几年内还将大有潜力可挖。

成本高收益低

对于主题游产品的不断推出,众信旅游集团总裁曹建表示,众信旅游拿出最优质的资源,来大力推动主题产品的研发推广,这需要很大的魄力。比如节庆主题产品,一年只有一次,需要网罗目的地最热门



旅游季节时最优势的资源,大多数产品经理不爱做这种花力气又没有太多钱赚的产品,他们更愿意去做更赚钱的常规产品。

北京诺舟旅行服务有限公司总经理张彦龙曾表示,以观赛游为例,产品的设计就有别于传统的旅游产品。因为赛事门票属于稀缺资源,有量的限制,并不能像传统旅游产品中那样无限欣赏自然风光。相较于一般传统的观光游,观赛游属于定制游或高端游,同时所涉及的人力、物力成本也比一般传统旅游产品要高。

北京商报记者从众信旅游官网了解到,以“一家一团”为例,台湾游产品为10080元起,其中一对一服务和每组家庭独立成团成为卖点。而北京商报记者从携程官网自己订机票和酒店发现,北京往返台北的机票往返需要3000多元,加上6晚的4-5星级酒店的住宿需要4000元左右,如此计算仅机票和酒店的费用就在7000元左右。如果考虑到旅行社方面,还需要有门票、餐饮和导游等费用。

业内人士表示,相比传统旅游产品,类似这种主题游产品并没有很高的利润,通常传统旅游产品是成批量运作的,但是主题游产品却比同样目的地产品价格高出近一倍。

北京商报记者同样查阅众信旅游网站发现,4月“一价全含VIP金牌台湾——环岛双铁休闲8日游”价格仅5980元左右。

成另类渠道存在

曹建表示,众信旅游之所以坚持做主题游产品,是相信未来能赢得更多的发展空间。

一位游客此前对北京商报记者坦言,往往传统的观光游只是“上车睡觉、下车撒尿,到了景点胡乱拍照,回来什么都不知道”,此外由于每个游客想法不一样,一些行程没法统一,难免存在不满意。

业内人士表示,当前一些有条件的游客多倾向于自由行,但由于家庭出游存在一定的不便性,考虑到安全等方面影响,旅行社定制化、主题化出游越来越成为趋势,只是需要一定门槛。

张彦龙认为,一些高端定制游还是能够产生一定利润的,但确实价格要比普通产品高一些。

另据业内人士表示,虽然主题系列产品对于传统观光游来说,更适合家庭或者更具游玩性,但考虑到消费层级,只是部分家庭适用,当前旅行社主要产品仍然是以传统观光游为主,未来传统观光游、自由行、主题游、定制游将会分别作为旅行社长期存在的产品出现。

北京商报记者 关子辰

第三届“好味法兰西”,带你走进“舌尖上的法国”

由法国外交与国际发展部长倡议的“好味法兰西”活动从2015年起,每年3月在世界五大洲举行,通过弘扬法国美食、法式生活艺术及地方特色产品,向世界进一步推介法国。

2017年3月21日,世界五大洲的2000余位大厨和71所烹饪学校以晚餐的形式致敬精湛的法国厨艺、法国的创新能力以及法国美食价值理念——分享、愉悦、“吃得好”、现代性和全球性。“好味法兰西”晚宴也同期在包括北京法国驻华使馆在内的140多个法国驻外使馆举行。2017年北京驻法使馆晚宴的主题为热情奔放的“巴黎·卡巴莱”。

多位世界知名美食大师 烹制共享晚宴

今年,参与法国驻华使馆晚宴准备工作的名厨包括米其林二星主厨让·皮埃尔·雅各布(Jean-Pierre Jacob),法国驻华大使官邸厨师长托马·西雷(Tomas Ciret),荣获2007年“法国最佳糕点师”称号、2005年世界杯糕点大赛冠军的菲利普·里各罗(Philippe Rigollot),世界面包大赛创始人、味多美全球研发总监克里斯蒂安·瓦布雷(Christian Vabret)。

在法国驻华使馆官邸花园的草坪上为大家制作精美的法式美味,美食摊位、面包坊、肉店、杂货店、酒商鳞次栉比地排列,宾客穿梭其间,仿佛置身巴黎街头,面包香与浪漫气息扑面而来。随后,欢快奔放的歌舞表演将晚宴推入高潮。

在这场全球举行的美食盛宴中,每份餐单都遵循少油、少糖、少盐的健康原则。参与活动的餐厅出售套餐售价的5%会捐给一家当地致力于健康和环境事业的非政府组织。在弘扬法国美食文化和推介法国的同时,引领一种尊重地球和人类健康,

▲味多美荣获法国面包推广大使称号

▼世界杯面包大赛创办人Christian Vabret与味多美董事长黄利现场制作面包

分享美食与欢乐的价值观念。2010年,“法餐”正式入选了联合国教科文组织的非物质文化遗产名录。

北京、上海、广州等10余个城市的约60家餐厅参与了2017年的好味法兰西活动。美食爱好者可以在报名餐厅品尝到丰盛的“法式大餐”,包括餐前酒和法式吐司、前菜、主菜、奶酪和甜点,搭配法国葡萄酒和香槟。通过“好味法兰西”活动惟一电商合作平台Enjoy App预订还能获得意想不到的折扣。

法国驻华大使授予味多美 “法国面包推广大使”称号

晚宴上,法国驻华大使顾山先生(Maurice Gourdault-Montagne)向味多美赠送了精致的“法棍埃菲尔塔”,并现场授予味多美“法国面包推广大使”荣誉称号。味多美“法棍面包”、“法式蛋糕”也荣获了“法国驻华使馆推荐产品”的荣誉。

味多美是知名中国面包坊品牌,诞生于1996年,全中国门店超过350家。味多美多年来一直致力于法式面包在中国的推广。据介绍,味多美聘请了世界面包大赛创办人、法国知名MOF大师克里斯蒂安·瓦布雷为全球研发总监,还会到法国寻找最流行的面包产品,并在中国发布法国面包流行趋势,以引领国内面包的流行潮流。

“好味法兰西”活动 增进对法国旅游的向往

“好味法兰西”活动理念源自1912年奥古斯特·艾斯科菲(Auguste Escoffier)首创的“伊壁鸠鲁晚餐”。这天,世界多个城市会推出同样的菜单,让尽可能多的宾客品尝。法国外交与国际发展部长受此启发,2015年倡议全球法国使馆联合举办了首届“好味法兰西”活动。

作为世界第一旅游目的地国,超过1/3的国际游客都将品味美食与美酒作为自己法国之行的“首要任务”。“好味法兰西”活动的持续举办,在全球范围内增进了更多人对法国旅游的向往。

