

· 商旅短波 ·

淘宝机票大卖家登陆创业板

2月15日,国内首家以航空客运销售代理、酒店预订、商旅管理等服务为主的商旅企业——腾邦国际登陆创业板。这是国内首家“在线商旅概念”的A股上市公司,挂牌首日大受市场追捧。腾邦国际昨日以近五成的涨幅稳居A股涨幅榜首。据悉,其也是首家在淘宝旅行平台开店的商旅大卖家登陆中国资本市场。

相关数据显示,2008年和2009年,腾邦国际机票销售量仅次于携程旅行网,全国排名第二,华南地区排名第一。早在2007年,腾邦国际就登陆淘宝开展电子商务,并取得巨大成功。目前,可可淘宝店已经是淘宝旅行平台排名前十的商旅大卖家。

华远旅游赴美千人团顺利归来

2011年最大规模的赴美旅行团——“千人游美国”活动中的近千名中国游客日前已陆续地返回祖国的怀抱。1月26日到2月1日之间陆续出发的华远旅游佰程旅行网的近千名客人于兔年春节在美国加州迪斯尼度假区度过了一个特别的梦幻春节。游客们不仅体会了乐园的娱乐设施,还享受了富有中国年味的“饺子盛宴”、贵宾专场巨型水舞秀、新年特别来宾以及多种神秘惊喜等等。

首张南非旅游卡面世



2月14日,中信银行联合南非旅游局推出首张南非旅游卡,并与佰程旅行网合作。4月30日前,持卡购买佰程旅行网南非旅游产品将获赠南非钻石原石工艺品。

去年1-10月,中国入境南非的游客比2009年同期上升65.5%。南非旅游局中国内地及香港特别行政区总经理祁颖表示,因南非世界杯和上海世博会中对南非的宣传,南非深度游受到更多人认同。此次与佰程旅行网推出浪漫蜜月线路是南非旅游局2011年的重点主题产品。佰程旅行网首席运营官沈统彦表示,其涉及并推出了适合情侣的“浓情时刻,尽在南非8日之旅”、“绿享南非,浪漫9日野生动物探奇之旅”两条精品路线及数条自由行线路。

商报记者 师兴

受益区域规划

云南旅游板块发展空间广阔

受益五大区域规划消息的影响,2月11日,云南旅游、丽江旅游等开盘高开高走,截至收盘,云南旅游强势封住涨停,西藏旅游、中国国旅等涨幅均在3%以上。业内人士认为,旅游板块短期继续调整的空间依然存在,应布局估值具有安全边际的个股。

有媒体报道称,多个区域规划正蓄势待发。其中云南“桥头堡”规划最快有望下周公布,明确把旅游业作为该省重点扶持的先导产业。另外,成渝经济区、内蒙古区域、京津冀都市圈和河北沿海地区发展规划也有望陆续亮相。中投证券认为,旅游板块估值已见底,步入价值投资区间,系统性买入时机显现。处于对下一个“黄金十年”的乐观预期,目前板块估值仍有较大提升空间;板块受益于今年的区域振兴计划,3月份有望出现政策催化剂,2月份仍可趁机布局。从全年来看,重点推荐个股:中国国旅、峨眉山A、宋城股份、西藏旅游、西安旅游、ST张股。

商报记者 程铭勃

健康饮食讲堂
MEDIA CENTER (之七十三)



番茄意面

主料:意大利面
辅料:番茄沙司、芝士
制作方法:将意大利面煮熟,再加入番茄沙司炒均匀,最后撒上芝士焗上色即可。



旅行社首次试水话剧营销

企业涉足文化演出已不再新鲜,但旅行社试水话剧演出来推广品牌却是首次。记者了解到,天马国际旅行社联合北京创志睿远文化传播有限公司于2月14日-24日推出话剧《有种爱情叫浮云》,旨在推广旅游目的地及旅行社形象。

话剧宣传不同于普通广告宣传,有其局限性。此次旅行社与话剧的首次合作会有多少胜算呢?我们邀请到了天马国际旅行社负责人王树行、北京创志睿远文化传播有限公司话剧制作人万屹、资深话剧宣传策划人曲晶,共同探讨旅行社借话剧宣传的趋势。

旅行社受众与话剧受众吻合

王树行:从近年的旅游发展中,我们看到普通的平面广告宣传会有较大的覆盖面,但是缺乏针对性,吸引力有限。此次我们尝试话剧宣传,也希望找到新的营销途径。

万屹:话剧演出的受众多为都市白领,与旅行社的客户群体比较吻合。旅游和演出都会给人以愉悦的享受。旅行社不仅成为投资方,也为演出增添了新的元素。

曲晶:是的。近年来,不少旅游景点都已采用此方式,如“印象”系列实景演出,以及北京市旅游局结合《非诚勿扰2》的系列景点宣传。

王树行:由于此前没有旅行社做过尝试,所以无法评估这种形式能够为



此次旅行社与话剧的首次合作会有多少胜算?

旅行社带来多少效益。目前我们的目标就是能够拓展营销渠道。

量身定做 优于广告植入

王树行:如今旅行社经营面临着同质化严重的问题,每个目的地的游览方式都不尽相同。如果为旅游线路赋予文化内涵,会让旅游的品质感增强,才有可能做出原创性的线路。所以此次演出旅行社方不是作为赞助单位、植入广告,而是希望融入演出本身。

万屹:由于演出出品方是旅行社,所以我们在最初的创作中就以该旅行社导游为原型设计角色,剧情也围绕组团旅游展开。实际上这就是为旅行社量身定做的。

曲晶:我们把把这种形式的话剧叫做“定制型话

剧”。不同于生硬的广告植入,此类型演出的角色、剧情都为投资方服务,宣传效果会进一步加大,同时也减轻了制作方的压力。

后续宣传是关键

王树行:无论演出多么成功,对于投资方的旅行社而言,更希望得到更大的品牌推广。而话剧有其时间的局限性。所以后续宣传就格外重要了。

曲晶:我们则希望旅行社首先能为到场观众带来实惠,例如旅游优惠券之类的礼物。

王树行:旅游与文化产业结合的例子也屡见不鲜。不过不少地方由于后续宣传不到位导致该地区旅游只火爆一时,没有长期效益。我认为后续产品的开发最重要。

万屹:因为此次演出只涉及了一个旅游目的

地,有局限性。我建议旅行社可考虑推出目的地系列演出。如果有条件可进行全国巡演。

旅游产业融合文化是趋势

王树行:旅行社为营销产品,一般多与商业企业合作,如联合商超举行“买商品奖励旅游”等活动。不过随着旅游产业与文化产业逐渐融合,旅行社的营销方式也可以改一改。

曲晶:其实话剧早已与商业有过多次碰撞。不少大型企业都曾投资话剧演出,再借演出的效应来推广品牌。这也是一种趋势。

万屹:以往观众在看话剧表演时都会注意到其涉及不少保险企业、银行宣传,但以旅行社为蓝本、注入旅游元素的演出应该会更吸引观众。我认为此次结合不是偶然,今后会有更多旅行社企业意识到文化宣传的效果。

王树行:如果宣传效果不错,今后我们会考虑将旅行社的更多行业生活、导游生活融入演出中。让旅行社行业透明化,让更多观众变成游客。

商报记者 师兴

旅游法眼

旅游受伤 该找谁理赔?

最新动态

旅行社称 游客应找保险公司

蔡先生日前从泰国返回北京,不过此次其在北京中国旅行社参加的新马泰十日并不顺利。

在机场出发时,蔡先生才得知团队来自5个不同旅行社,领队也不是北京中旅,原来是被拼团了。2月1日,团队在泰国芭提雅皇家海军海滩游览,其中有乘橡皮船出海项目。当时海上突然起了风浪,把船掀翻,游客落入海中。据蔡先生回忆,当时没有救援人员帮助,导游和领队也未采取措施。在海里挣扎了半个多小时后,蔡先生等人终于被捞上了岸。游客都有不同程度受伤。

在之后的行程中,蔡先生等人还经历了强制购物。到马来西亚入住酒店后,团员们发现和行程单上安排的酒店不一致,环境很差,找导游询问,才知

随着春节长线游客陆续返程,旅游纠纷悄然而至。记者了解到,发生事故后旅行社常常把责任推向保险公司。那么,发生意外后,该找谁理赔呢?

道他们安排错了。但当时已无法换。

回京后,蔡先生投诉了旅行社,拿到6000余元违约赔偿金。但旅行社负责人认为,当时团员没有提出就医要求。因为旅行社已经为团员上保险了,持就医证明可以要求保险公司理赔。

律师解惑

游客受伤未就医 旅行社仍有责任

有游客提出,行程活动中游客受伤未就医是否意味着旅行社可以免责?

对此,北京市中喆律师事务所律师高涛认为,旅游社依据法律和合同规定,有保证游客在旅途中安全的义务,凡非意外事故造成的游客人身安全和健康问题

的,旅行社应当承担相应责任。游客虽未主动就医,旅行社应根据游客受伤情况决定是否对游客进行体检,检查有无因旅行安全措施不当造成旅客受伤,或者需要后续治疗。

事件回放

旅行社 只愿通过保险赔付

由于旅行社出团前都

会为游客上保险,一旦出事,旅行社往往会拿保险当说辞。

何女士和丈夫报名参加了“龙潭峡一日游”活动,在游玩当天参与一项游玩项目时,不慎摔伤,造成大腿骨折、神经损伤,住院治疗26天,花费4万多元医疗费。

发生事故后,何女士找到旅行社索赔。但只获得了8000元的人身意外保险赔偿,何女士将旅行社告上法院,最终经过开庭审判,获得了75144.16元赔偿。

商报记者 师兴

律师提示 旅行社应合理补偿

旅行社虽然为团员上了保险,但旅行社应主动联系体检、治疗、看护和照顾责任,保险费不足以支付相应的医疗、护理、营养、误工费用的,旅行社应根据相应情况和游客损失程度做出合理补偿。

此外,为了防止旅游途中出现意外,无法获得有效赔偿,律师建议游客购买配套的个人保险。