TOURISM 旅游观察

"旅游节"的扎堆出现，动辄亿元的促销力度，让这个传统的旅游淡季风云突变……

淡季热炒 旅游节"在线旅游意欲何为

☆今年清明小长假，山水、赏花等主题游预订依然持续升温；周边自驾游比例逐渐上升；拼假调休出境海岛游最火热。

☆韩国、日本、泰国成为最受欢迎的前三位短线出境游目的地。

☆清明节后到"五一"前，将是旅游市场的小淡季，部分出境产品降幅可能达到50%左右。

☆2014年我国在线旅游市场交易规模已达2772.9亿元，较上年增长27.1%，预计在2018年将达到6500亿元。

本报记者　鄢光哲

对在线旅游行业而言，2015年的3月注定热闹非凡。

春节长假过后，各大在线旅游企业纷纷推出大规模促销活动，搅动着清明节前的这个3月。

自携程的"全民春季在线旅游节"开始，各家争相推出属于自己的"旅游节"。同程旅游于3月21日开始为期近一个月的"同程旅游节"，欲以亿元补贴打造一场全民狂欢；途牛也发起了"323途牛旅游节"，主打出境游产品。

"旅游节"的扎堆儿出现，动辄亿元的促销力度，让这个传统的旅游淡季风云突变，一场在线旅游的混战并没有随着清明小长假的出游高峰而结束。

清明长线拼假难 短线出境游升温

随着清明小长假的临近，消费者已经开始计划踏青之旅。记者从各大旅游机构了解到，今年清明小长假呈现几大亮点：国内方向的山水、赏花等主题游预订依然持续升温；周边自驾游比例逐渐上升；拼假调休出境海岛游最火热。

踏青赏花游一直是清明节出游的一大传统，今年更是有增长趋势。由于今年的清明节小长假为4月4日~6日，周六至周一的3天小长假包含周末，向前向后都不好"拼假"，因此1~2日行程的周边游成为民众的热衷选择。

鹰漠旅行CEO李锐提醒：有出游赏花踏青计划的消费者现在就要开始预订酒店了。从往年数据来看，清明节酒店满房率可高达八成，有一半消费者提前两周预订酒店，而经济型酒店是多数人的首选。"在众多经济型酒店中，怎么选出经济实惠又符合需求的房型，是大家最关注的问题"。

今年清明节，使往年靠拼出长假出境游的消费者不得不改为短途。数据显示，清明小长假期间，日本、韩国、东南亚等线路的出境产品非常热销，预订量较平日约有30%左右增长。韩国、日本、泰国成为最受欢迎的前三位短线出境游目的地。

专家提醒，清明节过后，"五一"出游高峰到来前，将是旅游市场的小淡季。此时，各项旅游产品将有不同程度的价格下调，部分出境产品降幅可能达到50%左右。错峰出游将更实惠，有假期的朋友不妨选择这个时段出行。

"补贴""低价""狂欢" 成关键词

扎堆儿出现的"旅游节"，是各在线旅游企业在淡季3月发起的一场市场争夺战，这当中，"补贴"、"低价"、"狂欢"成为关键词和撒手锏。

据了解，此次同程旅游的全线产品都将纳入到"旅游节"中来，称将联合千家景区、万家酒店和数百家旅游产品批发商，以近亿元补贴向消费者提供优质、低价的一站式休闲旅游服务，还推出诸如"现金红包"、"爆款特价"、"限时秒杀"、"分享有礼"等活动。

除携程、同程旅游，途牛也入局这场"造节"混战中。大佬的混战，搅动了整个在线旅游市场，继而吸引了诸如穷游网、蚂蜂窝等的加入，一股不安和兴奋充斥在空气中。

据了解，携程此次巨额促销补贴和优惠80%以上用于跟团游、自由行等度假产品；80%以上用于出境游产品；80%以上用于支持携程平台上代理旅行社的优质产品；80%以上产品支持手机端预订渠道；80%以上投入在二线城市。尤其此次活动加大了包括南京、杭州、武汉、重庆、天津等二线城市的补贴力度。

"如有其他企业来挑战携程旅游节的价格，我们非常欢迎，并会根据对手价格，随时准备加大投入。"携程旅游事业部营销总监戴宇表示，"携程也愿意看到更多的在线旅游企业和传统旅行社加入到春季旅游节的行列中，用企业让利的方式、产品补贴的行为，为中国游客降低出游成本。"

为何选在淡季"交火"

互联网行业的补贴战、价格战已非稀罕事。劲旅网总裁魏长仁分析称，当前各家在线旅游企业争相造节，主要还是受淘宝的影响，同样是市场促销行为。

然而，为何各家会不约而同选择在3月进行呢？

"携程推3月大促也是平台化和移动化战略，集合了全国旅行社的产品，通过促销做大在线市场。"戴宇表示，"3~5月春暖花开适合度假，春节后的相对淡季，旅行社也有更多的动力做促销。另外，春节到国庆节之间没有长假，造节可以人为形成旅游消费热点。"

同程旅游相关人士解释说，5月之后就是传统的旅游旺季，届时无论是传统旅行社，还是在线旅游行业，都将加入到促销价格战中来。于是乎，3月淡季便成为在线旅游提前抢客户、抢流量的绝佳时机。

除此之外，在线旅游的渗透率尚不足10%，互联网的普及、无线端的野蛮生长，给正处于高速增长的在线旅游市场一个重新洗牌的机会。无论是传统行业老大，还是后起之秀，都渴望抓住这个机遇，这也是激起市场兴奋的直接因素之一。

撕拼无线端，市场或被重塑

除多平台联动促销，同程旅游还推出了众多"客户端独享"活动，仅通过同程旅游APP预订，优惠力度也较其他平台强。这反映了同程旅游撕拼无线端的决心，也是当前在线旅游行业白热化竞争的一个缩影。

艾瑞咨询发布的《2014年中国在线旅游度假行业研究报告》指出，2014年我国在线旅游市场交易规模已达2772.9亿元，较上年增长27.1%，并将在未来4年持续保持高速增长，预计在2018年将达到6500亿元。

体量如此庞大的在线旅游市场，无线端崛起对已有格局的冲突，刺激了所有场内选手兴奋的神经。魏长仁说，"在线旅游整体渗透率还很低，仍有足够的拓展空间，通过价格战，这个市场的集中度一定会越来越高，整个市场会重新洗牌。"

北京玉渊潭樱花迎来最佳观赏期

3月20日，精心培育的60余株樱花报春绽放，北京玉渊潭樱花文化活动拉开大幕。据公园观测人员预计，近期气温回升，园内上千株早樱将在本周陆续迎来最佳观赏期。

本报记者　李建泉/摄

TOURISM 旅游商品系列谈

移动互联时代 旅游购物很轻松

陈　斌

有些人仅仅在产品的品种数量上下功夫、做文章，却忽略了信息时代的服务创新，仅仅把信息理解为提供消息，发送广告，没有从游客的需求、困难和习惯入手去考虑、分析、研究，更没有采取相应的科技信息手段为游客提供满意的服务。

今年春节的时候，一位多次去日本旅行的朋友又选择了去日本自由行。一路上看到喜欢的东西就忍不住买下，开始的时候还担心拎着东西去游览太不方便，但很快这个担心就消除了，因为日本的商店有一项服务，能免费把所购物品寄到朋友住的酒店。这位朋友忍不住问："如果我在酒店无法确定的情况下，您会寄到哪里？"店员拿出手机对他说："您只要告诉我一个大致的位置，我就有寄到的地方，您可以到那里取。"这位朋友随口说了一个地点，店员马上用手机查出了附近的便利店，"请您选择一个便利店，我把东西给您寄过去，您可以去便利店取。"朋友担心地问："便利店收取多少费用？"店员回答："他们代收免费。"几天下来，这位朋友买的十几件东西都通过这种方式免费寄到了酒店或便利店。朋友告诉我，他从来没有在一次旅行中买这么多东西，而且在旅游过程中两手空空，会有种不记得买了很多东西的感觉。

像日本那种从商店免费快递到宾馆或便利店的服务，笔者尚未在国内发现。在某些地区，笔者问商店是否有类似服务时，店员无不诧异地问："您为什么不自己拿着？"

这种手机和物流带来的新服务将对旅游购物产生深远的影响。

笔者的一位朋友用手机搜索特产的时候，无意中发现当地的一家食品企业生产的沙琪玛很好吃，于是马上下了订单，一天之后，沙琪玛被快递到了朋友所住的酒店。在手机上查询当地的特产，选择厂家、品牌、品种、价格、下订单、支付宝付款、收货，所有步骤轻松完成。

笔者曾在出游中，将带有刻度的小勺遗失，想买一支新勺。花了几个小时在商业街逐店寻找，一无所获。在和一位朋友闲聊时提到此事，朋友马上用手机搜索到当地的销售商，通过手机下单，很快小勺就被寄到酒店。

类似的案例还很多，而且逐渐成为常态。游客到一个城市逛街买了东西后，拎着大包小包游览的模式将被改变。还有些游客在购买商品时，扫描店铺二维码，回去后一旦觉得商品很好，就会通过店铺网站继续购买，加大了旅游购物的长尾效应，而且这种"长尾"有时比"身子"还大。

近年来，从中央政府到各地政府都在推进智慧旅游，游客已经从中享受到了一些原来没有的服务。随着科技的进步，服务的内容和形式将更丰富，更全面，更人性化，也让游客的出游更加便利轻松，为相关企业带来了更多收益。

其实，通过移动端实现各种旅游购物服务并不难，但在国内用的却不多。店家只是在一味埋怨游客不进店，买东西少。还有些人仅仅在产品的品种数量上下功夫、做文章，虽然天天都在谈创新，却忽略了信息时代的服务创新，仅仅把信息理解为提供消息，发送广告，没有从游客的需求、游客的困难、游客的习惯去考虑、分析、研究，更没有采取相应的科技信息手段为游客提供满意的服务。但随着移动旅游购物渐渐被商家所认识，也渐渐被游客所熟知，商家是否提供相关服务，必然会影响到其商品销售的数量。

依托互联网信息技术的中国旅游和旅游购物的服务还处于刚刚起步阶段，可提供的服务也很多，有些事甚至不那么高大上，多数属于小清新，但这些恰恰是游客所需要的。李克强总理多次提到了鼓励互联网发展，说明已经从国家的角度更加重视由现代信息技术带来的对生活方式的影响。而移动互联的发展，给服务创新增添了新的广阔天地。无论有些人是否接受，移动互联时代已经来临。大胆创新，移动旅游购物必然成为一个非常有前景的市场。

遨游网+ 打造旅游新生态

本报记者　齐　征

"今年两会政府工作报告提出互联网+的概念时下大热，当前的现状是很多互联网优势明显的企业，在互联网上'+'什么，却让很多公司犯难；而传统的实业公司有很多业务内容，却没有属于自己的互联网平台。"中青旅控股总裁张立军说。在日前举行的"遨游网+"战略分享会上，张立军阐释他对基于传统旅行社业务的遨游网+的内涵理解时认为，利用互联网技术与平台，使互联网与传统旅游业融合创新，协同增效，最终创造旅游业新的价值与发展生态。"它不是互联网与传统旅游业的简单相加，也不是互联网与传统旅游业你死我活、争夺饭碗的零和游戏"。

此次战略分享会上，遨游网CEO骆海菁宣布遨游网将打造在线旅游从O2O平台到"遨游网+"的旅游新生态。遨游网+所代表的旅游新生态体现在以下方面：在技术层面，遨游网依托多年在旅游业的积累与运营，围绕大数据时代用户需求和交互行为变化，为线下各方提供更易用的技术解决方案和更智能的生产经营决策体系；在O2O层面，遨游网融合互联网、移动互联网、连锁店、呼叫中心等多个服务场景，为用户创造更便捷、更专业的服务体验；在产业链上，用户、资源方、服务方、内容方、平台方等相关方各得其所，创造用户真正受益、企业可持续发展的旅游生态新格局。

"2010年10月1日遨游网上线起，我们就开始了线上线下的业务融合，5年的时间，我们其实一直在做遨游网+，我们认为互联网和实体经济和谐共处的融合关系是可以存在的。"张立军说，如果旅游的有效需求是一座冰山，那么露出水面的部分就是民众旅游的刚需，这一小部分可以被迅速技术化和标准化，而在水面以下的庞大部分需要服务来引导的则是传统旅行社的业态。"互联网和传统实业公司融合的巨大市场空间是托起这座冰山的蓝海。13亿中国人中，大部分人只有模糊的旅游需求。"张立军认为，面对这种模糊的旅游需求，搜索引擎和APP是不管用的。比如想"五一"带着家人出游，但是不知道去哪里。这种情况下，实业公司擅长的服务和线上手段融合，将能挖掘巨大的市场份额。"我们希望要把两万多家旅行社中做'正品行货'的旅行社动员起来，把供应商和资源方也动员起来，和我们一起做线上线下的融合，打造旅游新生态"。

经过4年多的高速发展，遨游网实现营收每年同比增长100%以上。艾瑞咨询2014年度的数据显示，遨游网在出境游、国内游市场均位居前三名之列，已挺进中国在线旅游运营商（OTA）领域的第一阵营。

TOURISM 八面风

中国游客可在线申请土耳其电子签证

本报讯（记者**夏瑾**）日前，由土耳其大使馆文化新闻处主办的"遇见·土耳其"旅游推广宣传活动在北京举行。

土耳其文化旅游参赞台风向中国青年报、中青在线记者介绍说，土耳其拥有丰富的旅游资源，是一个成熟的旅游目的地，是联合国世界旅游组织(UNWTO)第六大成员国。目前，土耳其每年接待入境游客超过3000万人次，其中，中国游客只占了很小的份额。不过，近些年来中国游客数量增长态势非常可喜。2014年，前往土耳其旅游的中国游客达到了20万人次，同比增长了43%。预计2015年土耳其将接待30万中国游客。

台风参赞表示，为了吸引更多中国游客前往土耳其旅游，土耳其简化了中国游客签证申请的政策。从去年开始，持有经济合作与发展组织（OECD）成员国或申根国家签证的中国游客，可以在网上申请土耳其电子签证。现在，电子签证的政策进一步放宽，任何持有中国护照的公民都可以在线提交签证申请，几十分钟内便可成功申请到土耳其电子签证。

蜗牛教育发展基金启动 推动旅游人才培养

本报讯（实习生**张毅**）3月18日，旨在推动旅游人才培养的"蜗牛教育发展基金"在北京第二外国语学院启动。

旅游创新型人才的匮乏是旅游业一直以来的痼疾，国家旅游局也制定了"实施国家万名旅游英才计划",人才的培养在教育，此基金的设立承载了校企期待。校方作为基金的管理方对基金的使用作出了规划,期望这项基金能够给旅游学院的发展带来新的动力。一方面,实行奖学奖教、推动学术活动,培养旅游专业学生科研能力;另一方面,奖励实践创新,激励高层次创新型人才脱颖而出，同时能引导学生适应旅游产业发展需要。

据悉，蜗牛教育发展基金是大地蜗牛(北京)景区管理有限公司与北京第二外国语学院合作设立，并与东北财经大学旅游与酒店管理学院、华侨大学旅游学院、湖北大学旅游发展研究院、南开大学旅游与服务学院、上海师范大学旅游学院、西北大学经济管理学院旅游系、云南大学工商管理与旅游管理学院、浙江大学管理学院旅游管理系、中山大学旅游学院9所高校的旅游学院共同使用的基金,奖金共计100万元。

一张票 游博物馆赏远古舞台秀

本报讯（实习生**易舒冉　张慧敏**）3月19日,新版《金面王朝》在北京华侨城大剧院进行了首场公演。创作团队用古老的中国文化和创新的舞台技术，震撼全场。

《金面王朝》的故事灵感源于古老的"三星堆"文化。旧版《金面王朝》通过"战争"、"桑田"、"洪水"、"祭天"等8个章节，展现了一段"大爱与和谐"的远古浪漫故事。改版后的《金面王朝》全面升级了灯光、舞美、舞台的科技含量,3D立体影像技术和多层次的360度旋转舞台,让观众如临其境。除此之外,还加入了"飞人入洪水"等高难度动作,观众可进一步感受人与人、人与自然间的大爱与和谐。观众梁女士说:"看过之后觉得十分震撼,舞剧主题很好,它基于千年的文化背景,是有根脉的。"

据总导演林树森介绍，新剧最大的亮点是采用"博物馆+舞台秀"的旅游演艺模式,跨界升级。游客走进大剧院,可以先参观按1:1比例复制的文物展品,再欣赏《金面王朝》舞台秀,全面了解古老的三星堆文明。面对经典作品改版升级存在的风险,林树森说,不要怕风险,在北京只有打造独树一帜的高艺术品质旅游产品,才能扩大消费市场,此次改版就是将传统文化、科技和旅游相结合。

据悉,新版《金面王朝》的散客最低票价为80元/张。

保障导游权益 健全行业组织 完善制度设计

组建国家层面的导游行业组织已提上日程

本报记者　鄢光哲

作为"寻找最美导游"的重要专项活动，国家旅游局和光明日报社主办、中国旅游报社承办的"导游职业大家谈"活动20日在京举行，业界人士与专家学者齐聚一堂，就如何发挥导游在引导文明旅游中的积极作用、提高导游职业声望等问题进行了探讨，并为导游职业发展建言献策。

国家旅游局副局长吴文学在致辞中表示，没有导游队伍的长治久安，就没有旅游市场秩序的安宁；没有导游队伍的健康发展，旅游业的健康发展就会失去基础。举办"导游职业大家谈"活动，旨在让大家围绕如何进一步提升导游职业声望等主题进行研讨，进一步凝聚共识。相信通过大家的共同努力，导游管理体制将得到理顺，导游将不断提高自身专业素养，自发维护这一职业的社会形象。

吴文学说，导游是我国旅游从业人员队伍的重要组成部分，为展示我国旅游形象、传播先进文化、促进中外交流、宣传引导文明旅游、推动旅游业发展作出了积极贡献。但同时也应看到，导游因与旅游业中各产业要素关联最多、与旅游消费者接触最密切，成为旅游业各种矛盾和利益关系的交汇点。导游管理体制不顺、一些导游服务水平不高、个别导游违法违规的执业行为以及导游劳动权益保障等问题，已经严重影响到导游的职业声望和职业自信，甚至影响到行业自信。

吴文学说，2015年全国旅游工作会议把导游的保障、培训和管理放在非常重要的位置。国家旅游局最近接连组织召开多次会议，专项研究导游问题。各地导游行业组织正在建立健全中，国家层面的导游行业组织的成立也已提上议事日程。

光明日报社副总编辑刘伟在致辞中指出，随着我国游客人数的井喷式增长，旅游不文明现象屡见不鲜，成为影响我国公民形象的重要因素。旅游中，每个公民都是一张国家"名片"，导游的引导示范对于规范游客行为发挥着不可替代的作用，在推广文明旅游过程中扮演着重要角色。针对导游的地位和作用进行探讨，将有助于发挥导游在文明旅游中的引导作用。

"旅游团里的游客文明程度如何，导游起到很大作用，导游的及时提醒可有效减少旅游不文明行为，导游可以被称为'文明大使'。"中国国旅股份有限公司副总裁、中国国际旅行社总社有限公司董事长于宁宁在发言中说，应建立起合理公平的导游薪酬制度，加强对优秀导游的宣传，弘扬正能量，以调动导游的积极性。

北京第二外国语学院教授韩玉灵认为，导游在树立公民文明形象方面有着义不容辞的责任。智慧旅游等旅游新业态的发展对导游提出了更高的要求，导游应努力提高自身素质，适应新形势。

"最美导游"候选人、杭州市中国旅行社有限公司导游潘伊玫和北京青年旅行社股份有限公司导游李志广结合各自工作经验谈了对导游行业的认识。他们说，只有心态平和阳光，才能做一名合格的导游。

在对话环节，中信旅游集团有限公司总经理季若荔，北京联合大学旅游学院副院长张凌云，中国劳动学会薪酬专业委员会秘书长、研究员孙群义，中国青少年研究中心青年研究所研究员黎陆昕，"最美导游"候选人、来自黄山市导游协会的薛飞与中国青年报旅游文化周刊主编姜蕾，就如何提高导游职业声望进行了讨论。大家一致认为，要加强导游的权益保护，健全行业组织，加强培训，从而有效提升导游的职业声望，充分发挥其在引导文明旅游中的特殊作用。