



商旅资讯

国家旅游局将推进景区门票价格改革

本报讯 国家旅游局近日称,将会同有关机构推进景区门票价格改革,规范景区门票定价行为。

一段时期以来,对于部分旅游景区门票价格上涨过快过高,部分旅游景区存在不合理的园中园、票中票,少数旅游景区对落实老年人、青少年、学生、军人、残疾人门票价格优惠政策不到位,少数旅游景区门票价格虚高等问题,游客反映突出。为此,国家旅游局表示,将通过开展“全国旅游价格信得过景区”创建活动,规范旅游市场,促进景区发展。

国家旅游局相关负责人指出,国家旅游局将在广泛征求景区意见的基础上,制定出台“全国旅游价格信得过景区”标准。标准包括全面实行一票制,景区没有价格欺诈行为,按规定全面落实对老年人、青少年、学生、军人、残疾人门票价格优惠政策等。凡自愿作出承诺的,即可成为“全国旅游价格信得过景区”。

此外,国家旅游局于每年“五一”春季旅游旺季到来前、“七一”暑期旅游高峰期前和“十一”旅游黄金周之前,向社会公布“全国旅游价格信得过景区”名单。

国家旅游局表示,将和各级旅游部门从政策、资金、项目、人才培训、宣传推广等方面加大对“全国旅游价格信得过景区”的支持,并积极鼓励5A级景区和4A级景区率先加入这一行列。

上述相关负责人强调,国家旅游局希望通过3年的努力,让全国多数A级景区都进入“全国旅游价格信得过景区”行列。 (钟鑫)

响应“一带一路”战略 南航海南发力国际航空市场

本报讯 3月29日起到10月24日,南航将执行新的“夏秋航班计划”。新航季,南航将积极响应“一带一路”战略,助力海南国际旅游岛建设。

南航在已开通三亚—广州—首尔国际航线的基础上,于3月29日新开一条海南始发国际航线三亚—广州—大阪航线(每日13点起飞,每周执行7班,航班号339)。

为保障海南国际旅游岛建设,支持国家打造“海上丝绸之路”、“丝绸之路经济带”,南航还将通过加强枢纽建设、新开国际区域航线等措施,使海南始发至国际的通航点增加至67个,以实际行动助推国际旅游岛建设尖峰时刻的到来。

针对东南亚、非洲航线,南航将相继新开广州—芽庄、广州—苏梅以及广州—内罗毕等航线,使海南始发旅客经广州枢纽中转至东南亚、非洲的通航点由16个增加至26个。

针对中东以及欧洲航线,南航将新开北京—乌鲁木齐—德黑兰航线,并在广州—巴黎航线采用波音B77W,在北京—阿姆斯特丹航线采用A380执飞。海南始发旅客经广州、北京枢纽中转至中东、中亚以及欧洲的航线达17个。

针对北美及澳新航线,南航将新开广州—旧金山航线,加密广州—洛杉矶、广州—纽约、广州—墨尔本、广州—布里斯班航线,海南始发旅客经广州中转至北美及澳新的航线达10个。

据南航海南分公司副总经理刘晶介绍,南航在国内重点开发西南、西北市场,将新开海口—重庆—银川、三亚—西安—呼和浩特、三亚—西安—包头等6条国内航线。其中,新开的三亚—西安—呼和浩特/包头,将“丝绸之路经济带”新起点西安和与“21世纪海上丝绸之路”服务前线的海南岛贯穿连接起来,是一条具有重要意义的空中通道。 (楚洪雨)

法国人来华旅游意愿为何不强？

■ 本报记者 袁远

近期,中国旅游报社联手中国社科院舆情调查室、中国舆情调查与研究联盟成员机构共同完成的《法国来华旅游舆情调查报告》显示,法国人出境旅游意愿属于中等偏低的水平,尤其来华旅游意愿较低。

费用高成制约因素

中国旅游产业发展年会披露的信息显示,中国入境游人数近年来持续下降。当越来越多的国家将发展目光聚焦在旅游产业上时,当越来越多的中国游客走向世界之时,拥有丰富人文和自然景观的中国,入境游却呈现颓势。

对于法国出境游的颓势,中国社科院旅游研究中心主任张广瑞认为,由于目前整个欧洲对其总体经济发展形势并不乐观,尤其是欧元对世界主要货币汇率疲软,造成远程旅游的增长速度下降或者实际出境旅游人数的减少。不过,他们长期形成的出境旅游传统不太会改变,所改变的只是目的地的选择更偏向邻邦或欧元区国家,远程旅游的次数或消费会减少。

根据世界经济论坛发布的全球国家旅游竞争力报告显示,自2008年以来,法国一直处于世界各国旅游竞争力排行榜的前十名,2011年和2009年曾分别居于第三和第四的位置。

报告中提及法国来华旅游突出的制约因素是费用高。因为人民币的持续坚挺,不仅使得中国一些与旅游相关的产品的价格让法国人感到上升,而且也高于亚洲其他地区的部分旅游目的地。更加重

要的是,法国人心理上因素发挥着更大的作用。在西方人眼里,中国是个发展中国家,生活水平应当低,消费水平也应当低,而现实与他们的想象却不同。

高端旅游服务不足

《法国来华旅游舆情调查报告》还显示,在法国市场对我国各省区旅游活动的认知前15名省区排名中,青海排到第9位;在法国市场对我国感兴趣的旅游带排名中,丝绸之路、长江旅游、黄河旅游、青藏铁路旅游带这些文化含量丰富的地方均榜上有名。这足以见得文化类、历史类旅游对法国人的吸引力更大。

法国人更关注历史文化,这不仅体现在他们对游览上海和北京、长城、故宫的兴趣上,还体现在他们对西安、广州和兵马俑、丝绸之路的关注上。张广瑞认为,和其他欧洲市场相比,法国人更关注文化,对中国的文化遗产情有独钟。1973年,法国蓬皮杜总统访华,开创了西方国家首脑访华的先河,他在北京、大同、上海和杭州对历史名胜的游览掀起了法国人对中国文化关注的高潮,从而带动了大批法国旅游者进入中国。

碧山旅游公司总裁张玫告诉记者,尽管国内文化、历史旅游资源丰富,市场需求也很旺盛,但是很多旅游地对应该为入境高端旅游提供什么样的服务并不清楚,一定程度上制约了这个市场的发展。国内的高端旅游服务商提供的服务内容大众化,很多仅仅是模块式的组合,在产品内容上并无新意。另外,这些入境旅游服务内容体验性较差、参与度较低。很多景区只能远观,近距离欣赏很难做到,更不

用提在其中体验中国古老深厚的历史文化。

而记者在法国采访那里的高端旅游市场时,曾亲见法国旅行机构精心安排游客在热气球上俯瞰法国的小镇,并在热气球降落的地方为客人备下了农庄早餐,那刚切出的奶酪、新榨出的果汁和刚出炉的面包,让游客饱览美景之余,还可大快朵颐一番。在法国的巧克力小镇,主办方还专门安排中国游客和当地的巧克力制作大师,也就是法国级别很高的蓝带大厨促膝交谈,并亲赴大师为了调配各种巧克力而精心养护的香草花园,还品尝到了很多出人意料的巧克力美味。

人满为患是痛点

一些到访过中国西安、洛阳、敦煌等地的法国游客表示,这些有着上千年历史的古城确实令人陶醉。不过,景区内人满为患、垃圾随处可见、黄牛票贩子到处穿梭的情景也令人印象深刻。这对游客游览的兴致和心情,都有很大的干扰。

张玫表示,自己在为入境游客安排国内行程时,通常会避开高峰旅游时间段。张玫曾在下午4点带外国游客去故宫,感受喧闹过后故宫的美。也曾把外国高端游客的晚宴安排在故宫隔壁的中山公园举行。“中山公园与故宫只有一墙之隔。它原是明清两朝的社稷坛,同时也是一座具纪念性的古典坛庙园林,在这里能感受到中国古代园林之美和清代帝王的祭祀文化。对外国游客来说,这里是一个难得的既宁静还能体会到中国文化的绝佳场所。”张玫表示。

在线旅游宁“烧钱”不“掉队” 完善服务体系是关键



从此前的团购网站大战、打车软件对决,到今天在线旅游的混战,互联网领域的“烧钱”举动似乎无法停止。日前,携程、去哪儿网、途牛、艺龙等在线旅游企业接连发布2014年财报,各家2014年的盈利状态并不乐观,携程甚至报出上市以来的首次亏损预期。

业内分析指出,在线旅游“以利润换市场”的行为还将持续,而居高不下的投

诉率也反映出在线旅游在打“价格战”抢夺用户的同时,代理商管理不到位、噱头营销等行为影响了部分消费者的体验,不断完善服务的理念不能忽视。

根据在线旅游企业发布的2014年财报,去哪儿网全年营收17.568亿元,但运营亏损达到18.448亿元;途牛全年净亏损4.479亿元;艺龙净亏损2.69亿元;携程2014年第四季度净亏损2.24亿元,是上市

以来首次亏损。

钱“烧”去了哪里?一位业内人士解释称,随着互联网向传统市场加速渗透,在线旅游市场规模迎来更广阔的发展空间,各家在线旅游企业为抢占市场份额,不得不在技术、市场、业务扩张、价格等方面持续投入。

“在线旅游企业在移动端竞争的激烈程度超过了在线旅游与线下传统旅行社在市场份额上的竞争。”北京旅游学会副秘书长刘思敏认为,在线旅游企业的盈利模式是清晰的,但在移动互联网时代,为了长远生存,挤掉竞争对手,在线旅游企业牺牲利润以“价格战”抢占“人口”的逻辑仍会持续。在线旅游企业的现实对手不是线下企业,而是同类。

此前,携程CEO梁建章透露,今年携程将继续投入10亿元应对逐渐惨烈的价格战,目标仍是争夺市场份额;去哪儿网CEO庄辰超也表示,将进一步扩大移动用户基数,增加用户使用频次。

值得注意的是,在线旅游企业在用户规模不断扩大、优惠力度不断加大的同时,也面临投诉率上升的事实。日前,国家旅游局紧急叫停途牛“一元出境游”促销活动,并表示近期还将部署开展对“不

合理低价”为主要特征的扰乱旅游市场秩序行为的专项整治。

而在2015年春节期间,国家旅游局也曾对在线旅游企业亮出“黄牌”,指出全国在线旅游服务投诉量明显上升,反映预订酒店、团队行程、景区门票等不能按约定兑现服务,尤其是为游客服务与投诉的电话无人接听等问题频发。

业内专家指出,旅游产品比渠道更重要,拓展市场应该重在提升旅游产品质量,互联网技术应该为重构产品服务,而不是仅仅为占领渠道资源而挑起低质产品的价格战。

对于未来线上线下旅游企业的走向,刘思敏认为,在线旅游企业与购物网站有本质的区别。对旅游来说,线上销售只是前奏,核心服务还是在旅游的实际过程中。在线旅游企业需要建立线下的服务体系,线下传统旅行社也应积极谋求各种形式的“上线”,进行融合,没有必要盲目开展竞争。

(鲁畅)

每一次会展活动都是一场“直播”

■ 唐雪

三月的最后一个周末,《我是歌手》直播节目的刷屏从周五晚上持续至周日,或许还将继续至愚人节。一场大众娱乐赛事何以如此发酵?因众所周知的一起突发事件。但冷却后,大众们又纷纷给予《我是歌手》男主持人汪涵以高度肯定,赞其为主持人教科书一役。

于是,有媒体又一次回顾了汪涵多次直播于危机中救场的历史瞬间,并感叹“救场如救火”,“将《我是歌手》成功更名为《我是主持人》”。

此事件之后,有媒体评论认为,在所有的电视播出形式里,现场直播总是最具戏剧性。而吸引观众留大块时间守候在电视机前,或许就是为了寻求直播过程中不可预见的突发事件发生时的那份刺激。否则,会无所谓地在闲暇时看看重播或去网络上观视频。

之所以赞述已被刷屏的《我是歌

手》事件的新闻,是因为每一场会展活动亦犹如一场“直播节目”!

会展活动项目规模越大,压力也就越大,其中不可预知的突发性事件也总是让会展活动项目负责人随时准备着“救火”和“灭火”。每一场会展活动都是一场大的战役,每一场会展活动的总监(负责人)不仅要担任总指挥,还要具备全能型的素质与超出常人的耐力。

颇具戏剧性的是,曾经由男性公民掌控的会展舞台,正逐渐演变为一众红粉们独挑大梁的趋势。红粉们在每一场重大的国际型会展活动中,既要负责安排接待来自各国的各级政要官员,又要与搭建、运输、餐饮等下游服务商们对每一个环节进行衔接协调。可谓“上得厅堂,下得厨房”。无论开幕前加班彩排至清晨,被自我的“完美主义”逼得如何“疯魔”,但在开幕式现场,红粉们总会让参会嘉宾和客商看到其清新亮丽、阳光灿烂的笑脸。

相信,每一场电视直播节目的主持人

都是紧张的且是有压力的,不管表面上看上去多镇定自若,只要直播没结束,紧张和压力就会一直存在。若没有意外发生,顺利完成直播任务,一切只会在个人的职业履历上留下些许印记,追忆起来也比较轻松,甚至有些平常。

但如果,那场大型直播节目出现了突发事件,且危急时刻主持人处理得还令人满意,就会在观众的记忆里留下深刻烙印。即使想要刻意地将其尘封,那都不是一件容易的事。因为,那一刻的心跳快要超越极限,但是还好,没有畏惧的心理,让意外突发事件磨砺了一份意外的圆满!

会展职业的魅力在于,一场会展活动之前会有预期,但结果却是无法预料的!会发生太多意外,有时会令人措手不及,甚至会让与会客商产生误解,但只要以认真的态度面对,事情解决起来会顺利很多。谨记!你真诚与否客商会看到也会记住,自然会给予更多的理解与信任。不信?可以试一试。



4月1日,是西方的愚人节,不如相约去武大看樱花吧。

(作者系国家会议中心副总经理、珠海国际会展中心总经理)

会展红粉秀