

「双十一」引燃旅游消费

购物狂欢的“双十一”引燃了人们的旅游消费热情,旅游商家的促销战幕提前拉开。“购物津贴·万券齐发”“天天秒杀·低至1元”等等,促销力度不逊于其他商品。业内人士估计,今年的双十一,旅游商品仍将持续去年的劲爆势头,超越其他商品而成为“双十一”的大卖新宠。



1 旅游产品预售情况喜人

在线旅游产品日受青睐,“双十一”之际,促销力度空前。通过商家的电子平台可以发现,旅游商品的销售力度丝毫不逊色其他产品。旅游各个类目悉数参加,携程、途牛、同程等、各航空公司、各大酒店、各大景区等,以及数不清的旅行社,各色线路纷陈。“购物津贴·万券齐发”“天天秒杀·低至1元”“钜惠给力”“双十一爆款推荐”“双十一爆款周边游”“双十一品质”“11月11日惊喜!热门国内外度假村五折起,库存有限”等各种促销措施优惠十足,为游客带来双十一的福利。从景区门票到机票、酒店,从周边游、国内长线游再到出境游,各大旅游消费平台大竞于双十一这个一年一度的购物狂欢节。从旅游产品资源和出行时间看,很多旅游产品主要适合年底有假期或者寒假亲子游的人群,以及有2019年元旦、春节旅游计划的旅游者。

预约旅游产品因其更为宽松、更为自由的出游时间,受到市场的一致好评。记者从诸多在线旅游平台看到,很多线路及目的地都标注着“双十一预售”字样,相应优惠,比平时的价钱,省钱不少,很具诱惑力。携程上线了国内外超过1000条热门度假产品,分为私家团、自由行、门票、海外玩乐、定制游、邮轮、游学、签证等8大板块,不少热门产品的折扣达到50%。“对于今天的人们来说,旅游已经是必需品了,即使是出境旅游,也不再是奢侈品。”“双十一”之后,相继会有圣诞、元旦、春节等几个重要节假日扎堆,这是促使人们出游的重要影响因素之一,故而趁“双十一”大量旅行产品超低折扣的时机“囤积”,购买包括机票、酒店在内的旅游商品。”携程方面介绍说。

出境游产品在预售阵营中因实惠的价格尤为抢购的重头,备受热捧,预定情况喜人。更值得关注的是各国的签证促销,欧洲、东南亚等地一直是消费者热衷的旅游胜地,签证价格在此时也有所优惠。携程方面讲,一次性订好多个国家签证的网民也不在少数,有不少消费者在并没想到好何时出游的情况下就预订了签证,主要是因为现在不少国家的签证有效期都比较长,愿意趁着“双十一”的优惠先签出来,然后再慢慢计划。

随着消费习惯的升级,以酒店为核心要素之一的度假产品愈发受到用户青睐。多家旅游网站也推出主打以酒店为核心要素的多款单酒店、机票+酒店自由行、酒店+景区自由行产品优惠。除了机票、酒店或打包套餐商品,日常生活息息相关的休闲度假,亲子教育,一些突破了传统旅游的新颖商品,也被放到“大旅游”范畴,品类涵盖较广,从侧面也反映出在线旅游市场受到肯定。“双十一”还带热“双节”出游预订,很多商家同步推出“双节”出游抢先优惠预定活动,提前引爆了圣诞节和元旦节的“双节”旅游市场。

2 不能只拼低价,品质须升级

低价套路已过时,消费升级、品质升级将逐渐成为主旋律。携程今年提出“重新定义旅游”的新主题,主打“私家团”、定制游、当地向导等升级型旅游方式,在“双十一”之际国内游、出境游度假产品最高优惠达11111元。针对消费者在旅游中的痛点,携程日前发布了会员专享十大权益,主要包括产品、价格、服务三大方面。在产品上提出“重新定义旅游”,主打创新研发的私家团、定制游、精致小团、当地向导、高铁游等,以5钻、无购物等为特色。在价格上提供爆款路线直降、超级会员专享优惠、积分双倍等,活动折扣达到5到8折,最低价格1元、最高优惠11111元;在服务上,有专属金牌客服、专属直播间,以及全国数千家携程线下门店的面对面服务。

“现在旅游消费者主要是中产阶级、家庭亲子人群、90后年轻人,他们的痛点不是缺少旅游产品,而是缺少真正性价比高的优质产品,缺少根据每个人不同需求量身定制的新产品。低价低质、缺乏服务保障的旅游越来越不符合消费者的需求。”携程旅游平台相关负责人表示,在线旅游平台不只是把产品搬上线,更重要的是进行创新升级并提供一站式服务保障。因此携程提出新旅游主题,主要包括不跟陌生人拼团、家庭情侣2人起成团的私家团,完全根据游客需求私人定制的定制游,彻底告别进店购物、体验升级的5钻跟团游,为自由行提供行中服务的当地私人向导、海外玩乐。

3 “双十一”抢购注意 适用条件和售后服务

需要注意的是,“双十一”抢购旅游产品,要特别注意产品的适用条件,包括价格优惠条件、适用人群、适用日期等。记者从携程旅游部门了解到,今年“双十一”的旅游产品都是实价、实际库存售卖,下单确认即可出行,不需要先付定金、再跟商家确定出行日期和资源、价格。另外也要注意是否有相关的售后服务和平台保障政策,避免消费者、商家、平台相互之间的纠纷。以携程为例,网上报团旅游的消费者需要与携程签订旅游合同,出行前或行程中有问题直接找携程解决,平台还提供“六重旅游保障”“跟团游体验保障”等政策,在出现服务质量问题或者天灾人祸的时候,携程提供“先行赔付”和重大灾害保障金等援助服务。

出于维权考虑,专家提醒:1.选择正规平台,谨防网络欺诈。消费者务必选择正规、信誉度高的电商平台或者有资质的旅行社官网选购旅游产品,尤其要谨慎对待未经认证或非正常弹出的网站链接及旅游广告,避免误入“钓鱼网站”。2.倡导理性消费,谨防消费陷阱。下单前,应仔细阅读旅游产品的详情、看清促销活动的细则,注意防范消费风险。尤其是针对预售、预付的旅游产品,由于出行日期未定,可变因素相对较多,要充分了解预定须知的细则,包括旅游行程和住宿安排、出行日期可选择的范围及如果取消行程的退款流程等详细内容,以免日后发生损失或纠纷。3.保留交易凭证,依法维护权益。旅游者购买包价旅游产品需签订旅游合同。要善于依法依规维权,网购时注意保存促销活动的截图、聊天记录、电子订单、付款记录等电子数据,这是进行维权的重要依据。出现消费纠纷,且无法与商家达成一致的情况下,要及时向网络平台或其所在地有关行政管理部门进行投诉,依法主张自身合法权益。

文化和旅游部要求 做好冬季旅游供给

近日,文化和旅游部办公厅发布《关于做好冬季旅游产品供给工作的通知》,通知提出,要加快推进旅游供给侧结构性改革,丰富冬季旅游产品供给,满足广大人民群众不断增长的冬季旅游需求。

通知强调,进一步加强冬季旅游产品供给。一是抓好质量提升,加强优质供给。各地要推出一批具有地方特色和季节特点的冬季旅游优质产品;组织开展一批群众喜闻乐见的冬季节庆民俗旅游主题活动;加强事中、事后监管,使广大游客享受高品质的冬季旅游产品,增强获得感和幸福感。二是做好调度组织,加强弹性供给。各地要根据冬季节庆、假期分布情况特点,充分运用大数据等技术手段,提前对游客流量进行预测分析,及时掌握气象信息,做好各类应急预案。三是搞好市场对接,加强有效供给。各地要以市场需求为导向,加强与客源地的精准对接,规范旅游产品开发标准,确保旅游服务质量。

通知指出,要进一步加强冬季旅游产品宣传推广。各地要加大政策推动力度,加大对冬季旅游惠民措施、优惠政策和特色产品的宣传推广力度;要扩大品牌市场效应,通过线上、线下方式,举办冬季旅游产品推广周和冬季旅游产品线上推广季等活动等;要拓展宣传推广渠道,充分发挥旅游行业协会、旅游推广联盟、旅行社、OTA等机构的作用,联合做好宣传推广工作。要做好以互联网技术为支撑的互动推广与营销,提高冬季旅游产品的知名度。(本报综合)

西藏色林措湿地被 列为国际重要湿地

湿地,被誉为“地球之肾”,与森林、海洋并列为全球三大生态系统,是自然界最富生物多样性的生态景观和人类最重要的生存环境之一。西藏湿地类型丰富,是世界上特殊的高原湿地分布区,是中国水资源安全战略基地和水能资源接续基地,是重要的物种基因库,其保护与发展在全区生态文明建设中占有重要地位。今年,继麦地卡湿地和玛旁雍措湿地后,色林措湿地也被列为国际重要湿地。

色林措湿地平均海拔约4700米,是青藏高原高寒湖泊湿地生态系统的典型代表。据那曲市林业局工作人员说:“色林措湿地边界与色林措国家级自然保护区边界相同。西区东至久如措滨湖草原西麓,西至孜拉措与昂孜措水系的分水岭东麓,南起东冈底斯山脉北麓,北抵色林措,吴如措滨湖草原南麓;东区东以错那湖东岸线和那曲河为界,西至达如措、江措、蓬措、崩措西侧分水脊,北抵错那湖北端,南抵念青唐古拉山脉的孝莫作莫拉峰北麓。”

那曲市林业局的毛世平则表示:“作为世界自然基金会(WWF)确立的全球200个重点生态区之一、青藏高原大面积典型高寒湿地生态系统的集中分布区,色林措湿地对于生物地理区生物多样性维持具有重要价值。”(本报综合)

本报记者 王俊栋

