■关注冬季旅游系列报道之二

旅游专列『十年之痒』下的机遇

市场广阔 需求提高 经营者少

从1997年算起,经过十年的发展,旅游专列的市场有了,消费者需求也在提高,但专列游的蛋糕何时能做得更大?经营者的步子能否迈得更快些?"还真不好说。"受访的业界人士认为,专列市场发展环境很好,但无论是经营者还是市场本身,非做足"内功"不可。

晚报记者 唐善普

发展之变 热闹后的市场理性回归

发团由少到多,待遇从贵宾到平民。这就是河南乃至国内整个旅游专列市场的发展变化。旅游专列进入市场数年来,已从开始时的万人瞩目到如今的市场理性回归。专列的车轮承载着理性的发展。

所谓旅游专列,是指以运送旅游团队为专门目的、非常规开行 (包括时间和线路)的专线列车,它不包括常规运营的 (即列车时刻表上标明时间与车次的) 旅游专列列车。"旅游专列产品的运输特点,决定了多数旅游者都能购买,从而使其有相对充足的客源。"中原铁道国际旅行社总经理王文兵认为,旅游专列对市场最主要的影响是使得旅行社以规模经营或联合经营的模式向集约化经营迈进了一步,给疲软的市场注入了一股新鲜的活力。

"旅游市场的竞争激烈,使旅行社的利润不断下降,成为买方市场。于是,旅游专列就应运而生。"郑州路仕达旅行社董事长路涛告诉记者,旅游专列这种特殊的产品,之所以从一出现就能快速发展,价格适中、市场覆盖面大是主要因素之一。

"它的规模优势能形成很大的社会效应,成为旅行社提高知名度的宣传载体。此外,旅游专列承载的大规模旅游团队,在接待地往往能形成轰动效应而受到贵宾式接待,有很大客源市场。这是吸引旅行社经营这个产品的重要原因。"王文兵回忆说,河南的第一趟专列是到延安的,有700人左右。然后就是一个增长的过程,专列越开越多,从当年只有6趟到现在每年的20多趟。而且车辆也从非空调车渐渐地向空调车转变。但后来由于市场上出现线路过于雷同、老化,加上有些旅行社服务质量跟不上等问题,专列市场出现了一些波动。"但总体来说,专列游一直是在健康有序的环境中发展的。"

采访中,一些旅行社工作人员坦言,专列从过去的两三个到现在动辄五六个开到景区,旅游专列早已不再是香饽饽,景区的奖励及接待方式的改变,多少对一些经营者带来影响。但王文兵另有一番见解:"这个变化,恰恰见证了专列市场从热闹的表面化到理性化回归的转变。"

十年之痒 拐点下的市场机遇

单线单点向一线多点转变,非空调车转向空调车。伴着人们需求的提高,经营者谋求的市场之变,给专列市场的再次飞跃带来机遇。

据介绍,专列经营者一般要先付出数十万元购买车票,因此风险较大。由于受运营成本的约束,除个别豪华专列外,组客人数都在500人以上,这与一般的几十人甚至人数更少的旅游团队形成鲜明对比,无疑对组团社、目的地等方面提出了高要求。几年下来,从业的旅行社由原先的竞相经营变成了大浪淘沙后的几家在做。郑州金辉旅行社总经理孙燕认为:"利润小,加上竞争和风险在变大,一些旅行社抽身退出,这恰好为后来的经营者提供了机会。"

今年的河南市场,"十一"前后十多家经营专列游的旅行社,现在也只剩中原铁道国际旅行社、郑州路仕达旅行社等为数不多的几家。"组团人数还比较理想。"路涛乐观地说。

现在的"专列游"与当初相比已发生了两点变化:一是消费从低端向中、高端发展,要求服务好、舒适。二是"一线多点"线路成主流。"过去是一个产品满足多个客源市场,现在是多个产品满足一个客源市场,游客有更多选择,人们需求增多、理性化出游,以及对服务质量高要求直接导致了经营方式的变化。"路涛认为,"也是专列市场的一次发展机遇。"

"事实上,经营者已在很好地把握着这个机会。"王文兵告诉记者,在已开行的旅游专列中,既有以集体为单位的主题活动式也有旅行社联合开发散客市场的联合经营式,既有去往单一目的地的也有"一线多游"的形式,既有以国内游也有专为海外游开的专列。旅行社通过景点整合,让游客一次游览多个省、市的数家景区。记者了解到,市场上的"港澳-广深珠-海南-桂林夕阳红专列十三日游"报价2780元,如果分散游则要20多天,花费4000元。"一线多游"省时省钱的优势显而易见。

"旅行社一头连着景区一端连着游客,扮演着一个资源整合型的角色。"王文兵强调说,"这是一个要不断思变的角色。"

谈到旅游专列市场"十年之痒"下经营者的求变,王文兵表示"是拐点下的必需的一个过程"。他告诉记者,未来专列游的发展将会以一线多点为主,同时带有更多的附加值,在服务质量、设施、线路等方面会向着更适合市场需求的方向发展。

(上接B02版)

提醒 安全问题应引起重视

孙燕(金辉旅行社):温泉、滑雪得到人们喜爱,这给冬季市场带来了不错的商机。目前最让人们关注的是安全问题以及善后处理方法。今年一些旅行社迟迟不动就是担心这一点,应该引起景区的高度重视,否则就会引起整个行业的滑坡。景区能否提供完善的善后处理措施?能否快速将伤者送达医院得到治疗而不是出现了问题后推诿?这些都是旅行社首先要考虑,也是景区要先做好的。冬季旅游的周期非常短,假若再碰上暖冬或周末大雪封路,再加上一些人为的原因,市场肯定不好。因此景区一定要与旅行社合作好,同时做好安全保障,共同做好市场。

秦铭浩(华夏旅行社):在做冬季旅游时我们旅行社最关心的是安全问题。滑雪场在预防措施这方面一定要完善,对新到游客实行的短期(十几分钟)的培训一定要做好。应急措施要处理好,景区不能只看到眼前而要看远些,短视只能害自己。另外对滑雪场一到周末一而再地出现设备和接待能力都不足的事,这对短暂的冬季滑雪市场的影响非常大,希望景区提前做好这方面的准备,以应付市场可能出现的"旺季瓶颈"。

吕清华(中青旅文化路营业部):担心的仍是一个安全问题。滑雪是一个存在危险的运动项目。经营者尤其是旅行社要用保险、合同等来进行必要的保证,以避免和减少损失及纠纷。旅行社要做好与游客和景区间的保障合同,保护自己的客人,这也是优化市场、扩大市场需要做到的一点。

张园园(路仕达旅行社):冬季市场一是经营周期短,二是安全性能要高。不能因为景区的安全措施做不好或发生后处理不到位打击了旅行社的积极性,这对本就很脆弱的市场来说不是好事。景区的配套设施要做好,要想法让人们留下来,玩得尽心开心。另外在合作上景区和旅行社要共同打品牌。

建议 加强市场的宣传与引导

师展(中州国际旅行社):要在冬季旅游市场上加大宣传,引导消费。景区、旅行社、媒体要加强联合,因为冬季旅游市场很多人了解得还很不够,消费观念不强。通过不同的消费方式,做大市场,效益也就有了。

吉红星(星期八旅行社):目前我省冬季旅游市场潜力很大,旅行社很愿意参与进来。要加强宣传,景区与旅行社间充分做好合作的细节操作,不留后遗症。在宣传上也要做出特色,通过多角度的引导推广,让市场和游人认可你。

裴彦平(中国国际旅行社):冬季旅游对大多数人来说是个新生事物,在成长期要给一个发展空间,相信以后会有一个很好的市场。关键是要共同做好市场就要加大宣传推广、提倡和引导。

孙燕

秦铭浩

张园园

裴彦平

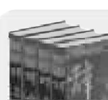
师展

吕清华

吉红星

通通有 关注生活 服务社会
美容保健
商都招商网同步发布
www.zhaoshangcn.com
广告服务热线:66296631 66296632
传真:66296631 QQ:492319088
Email:zykjgg@126.com

毛泽东点评二十四史
中国档案出版社
16开4卷
原价:890元
现价:230元


辞海
光明日报出版社
16开4卷
原价:398元
现价:80元

垂询电话:13523407049 13073757294
更多图书敬请关注:(我商网)www.woshangwang.com

片仔癀粉刺净祛痘?竟然有人不知道?

又是一年冬来到,痘痘军团又来闹。一颗两颗三四颗,痘痘粉刺知多少?出门还要戴口罩,心里的苦谁知晓?青春美丽有烦恼,祛痘也要有绝招,火毒痘毒必须全部消灭掉!

青春痘、火疙瘩、粉刺红肿要出头
快用片仔癀粉刺净 痘痘无处藏
1、品质:采用纯天然绿色植物为原料。老牌子,更可信!
2、国家质量监测认证:
3、价格:片仔癀粉刺净每支仅89元。轻、中度痘痘人群可使用一个月。买给孩子、自己用都消费得起。
4、特性:使用简单方便,只需一抹,每天2到3次,背、胸、臀等身体其他部位的粉刺、痘痘、火疙瘩一样迅速消除。
咨询电话:68202062 4006597133

金大夫 片仔癀粉刺净 祛痘新时尚
金大夫 粉刺净 买1送1
诚招各市县代理商 征各药店、美容院合作