

景区门票价格咋来的 门票是否高咋界定 参团出游如何巧识陷阱 诚信联盟圆桌谈 透过“价格”看本质



“诚信联盟圆桌谈”

门票涨、门票降,门票高、门票低;零团费、负团费;“宰客”、暴利……

深谙旅游行业,景区、旅行社也好,旅游饭店、旅游购物也罢,充斥在游客中的这些旅游“杂音”,似乎都和价格扯上了关系。

景区门票价格咋得来? 门票是否高咋界定? 参团出游如何慧眼识别零负团费? 透过价格看本质! 首期“诚信联盟圆桌谈”,首先关注这一热点而又敏感话题。 记者 刘书芝

本期嘉宾

郑州金辉国旅总经理 孙艳

河南省东南旅行社总经理 徐辉

淮阳太昊陵管理处副主任 于树林

新乡天界山景区营销总监 马宝记

河南金冠国际旅行社总经理 杨军

话题一:门票高低谁说了算?

景区价格决策有三种:一是高价策略,追求利润最大化;二是低价策略,追求市场占有率;三是竞价策略,以对等定价或持续降价应对竞争或回避竞争。

本期话题的探讨,淮阳太昊陵管理处副主任于树林,自然要围绕景区门票高低咋界定说起。

在他看来,景区门票除了参照政府定价或指导价之外,他很赞同以往有人的说法,即价格策略三标准:高价策略、低价策略和竞价策略。高价策略,追求利润最大化;低价策略,追求市场占有率;竞价策略,以对等定价或持续降价应对竞争或回避竞争。

具体采取何种方式,于树林说要和产品

特性和市场环境。

如果景区品质很高,市场供不应求,又有不可替代性,可以采取高价策略。不过高价也意味着高品质的服务,必须时刻关注游客满意度。如果在区域市场和景区内同类的产品过多,景区即便品质好,也不能定价太高,否则会流失游客量。而新建景区,则比较适用于低价策略,有利于扩大市场影响、以低价迅速占领市场,更快更好地赚取人气。而对等定价或持续降价,目的则是回避竞争或应

对竞争。以景区为例,采取的往往是以龙头景区为价格标杆,以对等定价回避竞争。这种回避,往往在市场上出现新的同类产品或某个景区产品实现升级时,价格平衡就会迅速被打破。

于树林说,对于普通游客来说,这些看似有些专业的价格策略,懂一些有助于出游消费。最起码你会知道,景区门票为什么高、又为什么低,心理有预期,消费就理性。

旅游快递

回龙·天界山 三八节免门票

2012年“踏青寻春”萌动之际,新乡回龙·天界山景区3月3日~11日三八节期间,特推出免票优惠政策。以此诚邀游客到景区触摸张荣锁《感动中国》的经典红色精神、感悟与武当山金顶南北对峙齐名的天下铁顶(老爷顶)的千年铁顶文化。在云峰画廊精彩360°看太行,龙吟峡里步入“冰河世纪”。同时和太行精灵——太行猕猴来个“亲亲相善”的接触。

在郑州,景区联合旅行社推出了三八节68元超值一日探美太行活动,欢迎参与。

马宝记

“博爱之旅·江南直通车” 开进郑州

昨日,由南京德高国旅主办,河南南湖国际旅行社有限公司、河南畅游八方旅游有限公司承办的2012“博爱之旅·江南直通车”河南旅游推介会在郑举行。来自郑州及各地市近500家旅行社代表参加了此次推介会。会上,主办方南京德高国旅携周庄、寒山寺等22家华东优质景区进行了集中展示,华东景区深厚的文化底蕴和优美的景色深深吸引了与会人士。

活动承办方、河南南湖国际旅行社总经理秦明浩说,河南南湖国旅自2008年与南京德高国旅达成合作以来,合作一直很融洽,华东年组团量稳定在1.3万人左右,今年预计在2万人左右。

培华

踏青畅游太行山 三八节王莽岭免票游

三八节之际,山西晋城王莽岭景区为您及家人提供了一个踏青赏春的好机会、好去处,3月8~11日,王莽岭景区将对游客免门票,登太行之巅,看云海日出,穿越挂壁公路,赏锡崖沟冰瀑,让您度过一个超值的春游。

王莽岭景区是国家4A级景区、国家地质公园、国家精品红色旅游示范点、国家全民健身活动基地、太行艺术摄影写生基地,有“太行云顶、清凉圣境”的美誉。是许多影视剧如《路》《沟里人》《黑金地的女人》《白银帝国》的外景拍摄地。

姚鹏

话题二:价格利刃谁在受伤?

景区投资成本扩大可以通过合理幅度的门票价格上涨调整。人文景区为了控制游客饱和接待量,也可适当调整景区门票,但频度过快、幅度过高,只会成为游客为旅游服务感受买单的高台壁垒。

新乡天界山景区营销总监马宝记说,近几年,旅游景区的门票力挺的“涨”声。很多景区更是为门票价格的涨价而挖空心思地寻找站得住脚的理由:景区内基础设施投资加大了、A级品牌晋级了、成为知名景区了。更有甚者,景区还未有效开发市场,只不过是创了个国家级品牌称号,就急不可待地张罗着涨价。似乎

是,只有通过不断上调门票价格才能实现投资回报的最大化,不涨价会让景区很掉份子。其实,这是北方景区尤其是山水景区旅游经营的怪圈和经营结构不合理造成的。

马宝记说,旅游消费是一个价值和使用权价值不可分离的消费行为,门票只是一个载体,是实现景区投资回报和经营服务价值的

载体和手段。

景区扩大旅游基础设施投资和景点建设投资,造成的景区投资成本扩大,可以通过合理幅度的门票价格上涨调整。人文景区为了控制游客饱和接待量,也可以适当调整景区门票,但频度过快、幅度过高地上调门票价格,只会成为游客为旅游服务感受买单的高台壁垒。

话题三:如何识别旅行社“零负团费”

目前“零负团费”的表现主要有:在产品报价外另有强制附加收费;包含次数较多的购物环节;玩一些模糊不清的文字游戏。

据悉,目前东南亚、港澳、海南游均属于“零负团费”高发区。郑州金辉国旅总经理孙艳说,消费者参团时往往盲目追求价格便宜,这促成“零负团费”有市场,也可以说是零负团费产生的主要原因。孙艳说,各大正规旅行社同类产品的报价大体上相差不多,如果消费者抱有想以低价位享受到高品质团的不

现实想法,往往容易遭遇“零负团费”的欺诈。比如目前港澳游参团费用如果低于2500元以下,就有发生“零负团费”的风险,“正常情况下仅机票就在2000元左右,住宿再有一两千,人家凭什么2000多元卖给你?通过价格你就能看出出游的品质”。

而河南金冠国际旅行社总经理杨军则提

醒游客,签合同一定要看清行程。目前“零负团费”的表现主要有:在产品报价外另有强制附加收费;包含次数较多的购物环节;玩一些模糊不清的文字游戏。“因此,签合同同时看清行程安排,问清细节。必要时把各种约定在合同上写明,以防万一发生欺诈行为在投诉时有据可依。”

话题四:低价游就一定低质吗?

季节性活动、集团性采购、回馈性促销等,往往会让利于民,这些情况下的低价不能等同于低质。

在出游者的心目中,掏高价出游,就一定要享受高品质。但低价出游也一定是低品质吗?综合市场线路,业内人士给出的建议是,季节性活动、集团性采购、回馈性促销等,往往会让利于民,这些情况下的低价不能等同于低质。

河南省东南旅行社总经理徐辉说,东南旅行社每年春、夏、秋三个季节都会发诸多火车

专列游,这些专列游相比市场价,有时优惠幅度会达一半。虽然优惠这么多,但出游行程可一点不含糊,但这低价从何而来?徐辉说:“得益于集团采购、专列目的地政府的奖励等。”

徐辉的话,河南省中国旅行社专线经理周昊也很赞同,“专列游中,景区对中老年人门票的优惠、老人饮食清淡降低餐饮成本、当地接待的团购等,都会拉低专列游的成本价,

让利于游客,出游费用自然会低很多”。

而景区结合节庆、季节特点、庆典等做的促销,也会让市民出游享受低价的优惠。孙艳说:“比如青天河景区正在做的68元一日游,线路还是那个线路,行程还是那个行程,只是景区升5A后龙年春节想回馈市民,优惠100元,线路自然也由原价168元降为68元。”