

## TOP 旅游 | 热线



亲子游越来越受到家长与学生的重视。(资料图片)

8月伊始,暑期过半。今夏各个旅行机构的暑期游亲子游产品可谓琳琅满目,暑期相关线路持续火爆,旅游产品中亲子类最受青睐。临近开学,暑期亲子游线路报名持续火爆,很多学生和家长们都在赶这趟末班车,策划暑期最后的疯狂。郑州晚报记者 慎重

## “亲子游”不差钱,零折扣依然火爆

### 5000~10000元的线路最“热”

### 1万至3万元的出境游,报名好于往年

#### “没想到这个时候了报名依然火爆”

临近暑期结束,记者走访市内几家做暑期亲子游线路的旅行社,发现报名人数并未出现想象中的降温情况。

记者在位于沁河路上的河南旅游百事通营业部看到,前来咨询、报名暑期亲子游的人络绎不绝。

“本来以为临近假期结束,价格会有所下降,可没想到非但没有什么优惠,报

名的人还这么多。”一位初中女生的妈妈如是说。据这位妈妈讲,刚放假时就打算带儿子出去,一时也没想好去哪里,眼看即将开学,她和儿子都有点着急了。

这几天带着儿子咨询了三五家旅行社,发现今年去草原的线路几乎条条都是爆满,部分出境线路的排期甚至都排在开学之后,感觉非常不可思议。别说期望打

折了,能找到一个合适线路赶在开学前回来就已经很不容易。

一位女士多少有点抱怨的说:“前一段去内蒙草原的线路是2050元,怎么这几天又变成了2180元?本想趁最后一期捡个实惠,而事实是并不便宜。”去草原看看,是今年很多孩子和家长的希望。

#### “由休闲观光为主逐步转向‘寓教于乐’”

今年暑期旅游市场,相对于往年都有哪些变化?河南亚泰国际旅行社董事长黄明军就此问题对记者谈到:“往年的旅游旺季团队游占报名总数的一半以上,由于国家相关政策影响,今年旅游市场一个很明显的变化就是:整体团队游的数量呈下降趋势,同时散客在不断增长。”

此外,黄明军还谈到了另一个明显变化:“今年很多家长给孩子选择出行线路,从以前多看重价格转向现在的多看重安全,安全性成为家长最关注的因素。”

记者在一家旅行社看到今年的线路报名情况显示,一家三口亲子游费用在5000~10000元的线路报名情况最为火爆,1万至3万元出境线路,今年报名情况与往年相比稍好。

#### “往年开学之前会有部分打折,今年估计不大可能”

今年暑期游的市场状况相比去年又是怎样的呢?记者就此问题采访了河南旅游百事通的相关负责人朱传玉。

“如今很多家长非常看重‘行万里路胜过读万卷书’,都很重视让孩子能利用假期开拓视野长见识。”关于价格,朱传玉强调,暑期的亲子游线路本身就高于平时

的市场均价。比方说香港游线路,普通的港澳游价格由1500元到4000元不等,而一个暑期亲子游香港一地游线路价格就可以达到4500元。能带孩子参与暑期亲子游的家庭,尤其是愿意出境游的家庭,并不缺钱,更愿意选择没有购物点的高端纯玩团。因此有没有打折对于是否

吸引报名显得并不重要。朱传玉翻看了7月份以来的线路报名情况之后谈到。往年,在学生开学前这段时间,根据报名情况,部分线路会有打折,但是不多。目前,很多家长都想趁暑期最后一期再出行一把,报名还没有下降趋势,依然高涨,今年估计不大可能推出打折线路。

## 双线同价长期惠及消费者 苏宁云商再战“815”

虽然网购看起来只是轻点几下鼠标和足不出户浏览无数网页后即可达成的购物过程,但其中的弊端也十分明显,最直接对消费者的影响来说就是真实体验环节的缺失。尤其是在购买3C产品的时候,如果不是在商店里已经对商品的尺寸型号、颜色、功能讲解有了一个非常直观的认识,匆忙在网上通过看参数和评论下单得来的都不会太满意;但很多人出于中庸保守的消费理念,也不会说因为非质量问题的一点不满意,就去纠结是否要找商家无条件退货或是怎样,大部分都本着只要能就行,又想着毕竟是买到了比商店里更便宜的货品,而生生的收下来。实际上算起总账来实际花得冤枉钱要比以前纯粹线下购买时还多。

从今年6月以来,以全新模式亮相的苏宁云商开始大刮“双线同价,全网比价”风暴。作为消费者的第一感觉不单单是看到苏宁的线下门店肯定比以前逛起来更便宜了;而是惊觉他们在做一件要改变部分用户消费习惯和网民近十年来早已形成惯性思维的大事儿。

苏宁的大胆破冰行为,骤然使得早已价格战惨烈、竞争异常激烈的电商圈战火,迅速蔓延到整个零售行业。也因为苏宁的双线同价机制使得电商们的各种风吹草动都会在苏宁实体店随时体现;而对消费者来说,这场地震却恰恰是一场朝着购物乌托邦理想变革的悄然兴起——以便宜的价格,更放心的买到能真实体验的产品和服务。如果消费者想换个最新款

的手机不用只在网页上浏览那些经过精修的广告图片,不用坐在家对着一堆的参数琢磨来琢磨去也老弄不明白,直接到店里选好比好了就能马上用上,而且完全略去了等快递或“慢递”们的纠结。

眼看着“815”又要来了,去年的苏宁京东国美几大巨头蔓延的战场硝烟仿佛还没有散尽,那些虽然页面里有着诱人的低价却频频显示缺货给我们带来的伤心还在隐隐发作。今年又将会有怎样的一场前所未有的恶战正在潜伏和酝酿中呢?

笔者在走访苏宁等大型电商商场中了解到,进入8月,随着秋季家装市场的临近,电器各品类销售出现爆发式增长,单日销售业绩不断创新高。为了积极满足消费者选购家电产品的需求,苏宁将从

8月15日至18日在全国1600多家门店、乐购仕门店以及苏宁易购同步推出云战“815”线上线下四天四夜大惠战,届时多品类产品都可享受史无前例的超低折扣,除此以外通过与一线知名品牌厂商联合回馈消费者,共同推出多款惊爆特价机产品,与此同时在苏宁全国部份重点城市的指定门店还增设了免单抽奖专区,顾客凭购物小票均可参与免单抽奖,就有机会获得免单名额,每笔最高免单4999元。

苏宁双线同价为了能够长期的取信于消费者,此次活动不论在促销力度还是产品丰富度均远超往年同期。对此,业内人士表示,目前多家的零售商都“垂涎”起秋季家装市场这块“香饽饽”,由其引发的“八月促销大战”可谓一触即发。樊无敌