



旅行社与互联网金融“牵手” 旅游开启新模式，先旅游后付款 业内人士称：分期旅游目前还处于市场培育阶段

这是一个旅游最好的年代，但对传统的旅行社来说，却面临着利润的不断下滑，旅行社接待游客的数量一直在增加，但几乎没有利润可言，有的甚至亏损。反而是在线旅游迅速发展。在这种情况下，求变是传统旅行社的当务之急。记者从郑州几家旅行社了解到，他们都在尝试和互联网金融牵手，而在线旅游网站则集中推出境外游分期付款的产品，培育市场，抢占先机。郑州晚报记者 徐智慧



王超尘 图

现状

旅行社亏损，在线旅游蓬勃发展

如今，旅游几乎成了人们日常生活的一部分，每逢节日，外出旅游成了很多家庭的首选。小长假就会选择近郊游或者国内游，而遇到长假则会选择国内长线游或者境外游。而在刚刚过去的这个暑假，带孩子出境游成为热门。

国家旅游局2015年上半年出境游数据显示，全国出境总人数为6190万。旅游百事通日前也发布了2015年上半年数据报告：截至2015年6月30日，上半年服务人次相当于2014全年的2/3。其中，仅出境游单项营收就突破10亿人

民币，占比有所扩大。而且，不少旅游公司、网站在互联网上不断发力。值得注意的是，线上交易额逐渐增多，且用户结构日趋年轻化。

但是如此热闹的形式却没有给旅行社带来更多的收入和利润。郑州一旅行社负责人说，虽然如今外出旅游的人越来越多，但是旅游市场的竞争也越来越激烈，这也造成了市场的恶性竞争，少得可怜的利润空间依然在被压缩。比如说最热门的日韩游报价越来越低，很多旅行社都在亏本卖产品。

求变

旅行社牵手互联网金融

在这种情况下，不少旅行社开始转型，发力互联网。随着各大旅行社加快网上商城建设的同时，不少顾客开始选择线上下单，线上交易额逐渐增多。

郑州不少旅行社开始和互联网金融接轨，抢占旅游互联网金融市场先机。对于接下来旅行社将要推出的新举措，河南一旅行社负责人表示：“我们将和银行合作，15000元的旅游产品可能会销售10000元，剩下的5000元由银行兜底。”银行要成为“冤大头”？其实不然，该负责人说，对于去欧美国家长线游的游客，旅行

社根据不同的情况收取数量不等的防止非法滞留的保证金，如果想要买到低于正常价的这些旅游产品，游客的保证金不会在回国后两三天而是可能会两三个月后才退回。银行方面就保证了自己吸纳存款，并把这些钱用于理财。而对于个人来说，用这部分保证金来理财可能远远达不到节省的部分。

对此，不少旅行社透露，近期都将联合银行等部门推出具有互联网思维的新产品。“如果不变，等着我们的只有死路一条，所以各家都在寻找新的模式。”一业内人士透露。

分期旅游

关键在于市场的培育

近日，途牛旅游网宣布正式上线旅游分期付款业务——首付出发，驴妈妈旅游网也在近期推出“小驴分期”服务。但分期旅游并不是他们的首创，却是在线旅游行业首次大规模推出分期购产品。去年，阿里去哪儿就在双十一期间推出过旅游零首付分期还业务。此前，一些银行曾经推出过高端旅行产品的分期购服务，但对于在线旅游，大规模上线旅游产品分期购并不常见。

分期旅游，低首付或者零首付，无利息，分期旅游听上去很美，那么效果究竟如何呢？对此，途牛网郑州分公司相关工作人员说，分期旅游的产品都在线上，目前来看，郑州选择这种产品的人很少。刘女士是一家企业的中层，收入稳定，她表示如果有机会，她会选择分期旅游。对此，有业内人士认为，在旅游、家电、买车、买房等高客单价消费领域，分期付款是典型需求，尤其是对于20~25岁的消费者群体而言，而阻碍客户消费大客单旅游产品的重要原因之一就是“大笔资金的一次性支付”。分期付款旅游，就能解决这一用户需求痛点。

河南一旅行社负责人则不大看好分期旅游市场，认为推行起来会有难度。“从大家的传统消费理念来看，没有钱就不会去旅游，而且旅游并不像房子、车子是刚需，如果分期付款去旅游，在很多人看来是不能理解的事。尤其在河南，人们的消费观念还相对保守，这种产品的市场可能会非常有限。”该负责人说。

日前国务院印发的《关于进一步促进旅游投资和消费的若干意见》中倡导积极发展“互联网+旅游”——“积极推动在线旅游平台企业发展壮大，整合上下游及平行企业的资源、要素和技术，形成旅游业新生态圈，推动‘互联网+旅游’跨产业融合。支持有条件的旅游企业进行互联网金融探索……”，着重提出了对互联网金融的支持。而对于更多的年轻人来说，分期付款旅游都乐意接受。目前，旅游分期还处于在不为利润，旨在刺激消费，培养市场的阶段。未来几年我国消费信贷市场规模将维持20%以上的年复合增长率，而且旅游也在逐年增长，在这一前景下，作为消费金融市场一部分的旅游互联网金融，在出境游人次连年增长的趋势下，拥有无限的想象空间。

信息速递

河南省速冻食品首次出口非洲市场

本报讯 8月25日，经河南检验检疫局检验合格的一批1137箱，21500公斤的速冻食品出口东非乌干达，这是河南省速冻食品首次出口非洲市场。据了解，河南速冻食品企业将根据市场情况，逐步拓展非洲市场，扩大我国速冻食品出口。

为扩大速冻食品出口，河南检验检疫局采取多项措施，严把质量安全关。建立对口帮扶机制。对企业实施分类管理，为信用良好、出口量大的速冻食品出口企业，简化报检程序，快检快放，第一时间发放通关单。提供出口跟踪服务。为每批货物提供跟踪服务，确保我省速冻食品顺利通关。

推动速冻食品企业加快出口，鼓励知名企业扩大出口，是河南检验检疫局实现年度出口倍增计划的重要举措。2015年4月30日，河南笑脸食品有限公司首批速冻食品通过韩国海关检验；5月11日，郑州思念食品有限公司生产的含蛋奶成分速冻食品首次进入美国市场。随着新建速冻食品企业增多和知名企业产能扩大，我省速冻食品在国际市场上的份额不断提升。2015年前8个月，河南速冻食品出口197批，597.7万美元，同比分别增长20.1%、17.4%。预计今年年底，出口金额将突破1100万美元。

郑州晚报记者 肖雅文

连锁商超大事不断

麦德龙全面升级，应对竞争

本报讯 不管是逐渐关掉不营业的店铺，还是大手笔开张全新商场，抑或突然的高层换帅……从去年到今年，郑州市的大型连锁商超动作频频。

昨日，久未露面的麦德龙郑州郑东商场，经历了一个多月的全新升级后，再度对外开放，选择在商超市场如此“动荡”的时期升级店铺，或许与竞争的日益激烈有关。

据悉，为了提供更好的购物环境，并增进与餐饮类专业客户之间的沟通，1个多月前，麦德龙郑东商场开始全面升级，新开辟了客户互动区域“客户驿站”以及“福利礼品馆”，同时为满足中小企业的需求，也对价格体系进行了改动，以便更加让利企业。

对于此次升级，麦德龙方面称是为了更好地服务客户，挖掘现购自运商业模式与众不同的潜力，但在业内人士看来，这或许是为了更加适应市场，麦德龙开始转变的第一步。

业内人士分析，即使麦德龙的模式与其他连锁超市的模式不一样，更加注重企业等专业客户，但在竞争日益激烈，转型日益迫切的现在，麦德龙为了力保业绩，也必须从服务的根本、客户的互动等方面进行改变，此次升级便是一个例子。郑州晚报记者 赵柳影