

《2018年上半年旅游经济主要数据报告》显示——

旅游市场升温 红色旅游“火爆”

上半年,国内旅游人数和国内旅游收入实现双增长,旅游企业的新服务、新产品层出不穷,消费者购买旅游服务的热情持续高涨。其中,红色旅游火爆异常,成为上半年旅游市场的最大亮点。下半年,我国旅游市场还要经历“十一”黄金周等旅游重点时段,预计我国旅游产业的高质量发展态势有望延续。

文化和旅游部日前公布了《2018年上半年旅游经济主要数据报告》。报告显示,上半年国内旅游人数和国内旅游收入实现双增长,分别达到28.26亿人次和2.45万亿元,同比增幅为11.4%和12.5%。应该说,这份成绩单符合人们对旅游产业发展的期待。

中国旅游研究院博士韩元军分析,国内旅游稳定增长的势头,是在多重积极因素影响下的结果。“稳定向好的国内经济环境为国内旅游增长提供了基础,旅游产业高质量发展的内外环境持续优化。乡村振兴战略、旅游金融、旅游扶贫等领域的利好政策不断出台,为国内旅

游产业增长提供了有力支撑。”韩元军表示,从产业供给层面看,旅游与文化、科技等产业的融合备受关注,旅游企业纷纷推出了新服务、新产品。比如,携程推出了“旅景”S2B平台、众信向定制游转型、凯撒名宿品牌亮相等等,都为消费者提供了更多新鲜、优质的选择。

报告显示,上半年中国公民出境旅游人数达7131万人次,比上年同期增长15.0%。韩元军判断,随着我国老百姓消费能力不断提升,“一带一路”建设不断推进、签证便利化持续改善以及国际航线和目的地不断拓展,未来我国出境旅游还将维持高速增长态势。

“由于今年上半年旅游市场持续升温,公司业绩也获得相应提升,营业收入达到1.05亿元,同比增长105%。”在线定制旅行服务商6人旅游网CEO贾建强告诉记者,从高速增长的成绩中能感受到我国旅游产业的发展活力,旅游甚至已经成为越来越多老百姓的刚需。调查显示,今年第一二季度居民总体

旅游意愿分别为83.0%、84.8%。“这些年的旅游资源、设施等不断升级,上半年旅游市场稳定增长体现了旅游供给侧结构性改革的效果。”贾建强说。

值得注意的是,今年上半年红色旅游“井喷”成为市场中的亮点。根据红色旅游信息报送系统显示,18个红色旅游信息报送重点城市和填报数据的436家红色旅游经典景区共接待游客4.84亿人次,按可比口径同比增长4.83%,相当于国内旅游人数的17.13%,实现旅游收入2524.98亿元,按可比口径同比增长5.73%,相当于国内旅游收入的10.32%。

韩元军认为,红色旅游火爆首先是受政策利好影响,《“十三五”时期文化旅游提升工程实施方案》提出重点打造一批全国红色旅游经典景区,着力改善基础设施条件,完善配套服务设施,加强区域资源整合和产业融合,使其更好地满足开展爱国主义、集体主义和社会主义教育的功能。与此同时,《2016—2020年全国红色旅游发

展规划纲要》进入实施重点阶段,原国家旅游局出台的《红色旅游经典景区服务规范》也在引导红色旅游经典景区健康发展方面发挥了作用。其次,红色旅游产品不断创新,红色风格的民宿、餐饮等也吸引了大量游客。再次,研学旅行带动了大批青少年在红色景区开展红色教育,形成了红色旅游发展的新高潮。

贾建强表示,红色旅游的增长离不开红色文化的宣传和引导,以及红色旅游资源的升级提升,预计下半年红色旅游的市场表现仍会比较突出。

进入下半年,我国旅游市场还要经历“十一”黄金周等旅游重点时段,专家预计,我国旅游产业的高质量发展态势有望延续。“百姓出游意愿持续增强,在旅游消费升级形势下,文化与旅游融合不断深化,一批高水平文旅产品将吸引更多游客的目光,国内旅游依然火爆。”韩元军表示。

张雷

成都与阿坝、甘孜进一步推动三地旅游产业深度融合

本报讯(记者 赵蝶)日前,记者从四川省旅游发展委员会获悉,为共商区域旅游发展措施,共建区域旅游产业品牌,共谋区域旅游合作前景,加快推动成都市与阿坝州、甘孜州三地旅游产业融合发展,近日,成都市支持阿坝州、甘孜州产业发展投资推介会和2018年第二次成都市与阿坝州、甘孜州对口支援工作三方联席会在成都召开。

据悉,在成都市、阿坝州和甘孜州的长期努力下,三地旅游产业合作培育了较好的现实基础。举行此次推介会和联席会,是三地从加强产业合作互融方面深入贯彻落实四川省委“一干多支、五区协同”发展战略的重要举措。推介会现场促成5个项目成功签约,项目集中在节能环保、新能源、商业综合体和旅游等行业,投资总额达26.2亿元。第三次联席会以旅游为主题,深化三地合作共赢。会议听取了成都市、阿坝州、甘孜州三地旅游区域合作情况介绍,研究了下一步合作方向和具体事项。一是共同编制三地旅游区域发展规划,以“升级传统线路、打造新兴产品、树立品牌标杆”为思路,协力打造“世界旅游目的地”,为成都加快建设世界文化名城、世界旅游名城,阿坝州和甘孜州建设好川西北生态经济示范区夯

实重要基础。二是突出特色,提升旅游区域合作质量层次,紧扣实施乡村振兴战略,以乡村旅游为切入点,推动两州乡村旅游提档升级,共同塑造具有特色的旅游品牌形象,同时加大宣传推广和推介活动力度,全面提升三地旅游品牌形象影响力。成都将在每年开展的国内营销活动中,邀请阿坝、甘孜旅游行政管理部门和主要景区、景点共同参与,联合推广精品线路产品。针对不同客源市场,共同设计制作旅游宣传品,在制作成都旅游宣传品、宣传品中植入阿坝、甘孜的景区、景点等旅游元素内容。三是着力建立完善合作长效机制,三地旅游部门将在项目合作、信息互通、人才培养、市场监管等方面加强交流合作,形成整体联动、共同商议、运转高效的工作机制,进一步推动三地旅游产业深度融合。将建立成都、阿坝、甘孜旅游招商项目库,为境内外旅游投资企业提供权威信息,引导鼓励投资者独立或联合开发旅游项目。三地的旅游公共服务资源和执法监督也将同步进行,其中,成都将同甘孜、阿坝建立交通、地质气象、景区容量、企业及人员诚信等信息共享发布机制,完善区域内多语种旅游交通导览系统,努力形成互惠共赢的合作新局面,把旅游这一支柱产业做大做强。

四川5家5A级旅游景区 上榜全国综合影响力排行榜

本报讯(记者 赵蝶)记者从四川有关方面获悉,近日,人民网舆情数据中心发布了“2018上半年全国5A级旅游景区综合影响力排行榜TOP50”,在全国250家5A级景区景区中,按综合评分评选出前50强,四川5家5A级旅游景区榜上有名,分别是:乐山市峨边景区、阿坝州九寨沟旅游景区、南充市阆中古城旅游区、成都市青城山-都江堰旅游景区、阿坝州黄龙景区。

据悉,在文旅融合、全域旅游的发展背景下,5A级旅游景区的发展水平具有重要的“领航”作用。该排行榜以全国5A级旅游景区的官方认证双微(微博、微信)运营效果、主流媒体关注度以及网民评论情况为评价

维度,考察新媒体影响力(活跃度、传播力、互动力)、关注度、美誉度三个指标,通过海量数据分析和复杂的数理模型计算,全面、立体、准确地反映全国5A级旅游景区的综合发展状况,助力5A级旅游景区以更科学、更简便、更智慧的方式推动企业管理和景区运营。整体来看,2018年上半年,四川上榜的5A级旅游景区新媒体表现活跃,影响力普遍偏高,传播力均高于互动力;且美誉度整体表现良好,均值达到68.12分。其中,乐山市峨边景区、阿坝州九寨沟旅游景区的关注度均高于美誉度,更大程度地获得了公众的参与和好评,综合影响力位居全国5A级旅游景区前列,分别排在全国第3位和第4位。

评论

高品质应是在线旅游底色

一个行业的健康有序发展,规则和治理一刻也不能缺席。

随着人们生活水平的提高,不论是说走就走的旅行,还是在诗和远方获得身心放松,旅游已经成为大众日常生活中重要方式。文化和旅游部公布的数据显示,上半年国内旅游人数达到28.26亿人次,比上年同期增长11.4%;与此同时,品质游、定制游、跨境游等受到越来越多游客的青睐。一边是旺盛的旅游意愿,一边是日益多元、个性化的旅游需求,大众旅游时代的来临不断满足着人们美好生活需要,也激发了日渐丰厚的市场。

一个行业的健康有序发展,规则和治理一刻也不能缺席。旅游产业之所以保持旺盛势头,政策推陈出新、监管优化升级是重要原因。近年来,从印发“十三五”旅游发展规划到完善行业的顶层设计,到实施“鹰眼计划”“利剑行动”破除不合理低价游等市场顽疾,再到开展“黑导游”专项整治斩断非法利益链条,旅游管理部门在维护市场秩序上的努力有目共睹。围绕旅游业的转型升级、提质增效,在建章立制上重点着墨,和谐有序的旅游环境,不仅大大调动了居民外出旅游的热情,也让旅游业高质量发展的基石更为牢固。

然而也要看到,旅游业转型升级过程中,旧的问题虽然得到有效解决,但一些新问题、新苗头值得警惕。这其中,在线旅游就是一个亟须规范的领域。网上预订酒店入住时一波三折,让原本轻松愉快的假期败兴而归,事后长达半个月的投诉,平台方却置若罔闻……不久前,媒体曝光某网上订票平台存在的各种“陷阱”。对此,北京市旅游委约谈企业负责人,要求迅速整改、立即下架不合格旅游产品。现实中,遭遇类似情况的消费者不在少数。除了捆绑销售、退票难等套路,大数据杀熟、虚假宣传

让人防不胜防,泄露个人隐私、霸王条款等违规行为屡见不鲜。凡此种种,让人们的体验大打折扣。

作为“互联网+”的产品创新,在线旅游为消费者提供了诸多便利。但说到底,旅游离不开“品质”二字。据统计,去年我国在线旅游市场交易规模达7384.1亿元,2018年可能超过万亿元。面对如此庞大的市场规模,在线平台倘若一味热衷于靠资本力量圈地,忽视产品质量和服务品质提升,无疑是舍本逐末,即便能够取得一时成功,长久来看将会丧失用户信任和市场空间。在一家旅游投诉平台上,7月份138条投诉信息中,涉及在线旅游企业就有111条,占总投诉量的80.4%,投诉的日益增加,反映出用户对的不满情绪,需要相关企业正视问题、认真反思。

不以规矩,不能成方圆。行业发展出现的普遍性问题,单靠企业自身难以解决,需要治理升级护航旅游的美好时代,让高品质成为在线旅游的底色。近年来,从成立在线旅游市场监管领导小组办公室,到制定出台《旅行社在线经营与服务规范》,再到相关部门对问题企业及时的约谈、处罚督促整改,诸多举措让在线旅游朝着规范化的方向发展。适应新的发展需求,还需要管理部门主动作为。一方面要加强顶层设计,完善法律体系,让在线旅游从无序生长走向科学、合理、有序;另一方面将监管端口前移,把资质入口、产品模式、服务供给等全流程监管起来。

互联网和旅游的深度融合,让传统旅游业搭上数字化的快车。以治理升级规范新兴旅游经济的产业形态,祛除快速发展的乱象,方能对接好人们日益旺盛的旅游需求,迎来旅游的美好时代。

桂从路



红岩乡芭蕉村旅游公路

“旅游公路”打通深山动脉

位于大山深处的四川省华蓥市红岩乡是一个仅有3895人的小乡,全乡总面积40平方公里,其中约96%为森林。

近年来,红岩乡利用辖区内丰富的森林资源,大力推进乡村旅游公路建设与维护,以此带动以消夏避暑、生态观光、休闲度假等为主的乡村旅游发展,助推群众增收。截至目前,该乡41公里道路全部实现硬化,6个行政村实现村村通水泥路目标。今年前7月,该乡实现乡村旅游收入200余万元,带动农民人均增收500余元。

特约记者 游青 黄友国 摄

旅游市场消费升级 定制师成香饽饽

今年暑期定制游火爆,找旅行定制师规划行程的游客也越来越多,来自携程旅行网的消息称,就连冷门的瑞典、芬兰、土耳其等国家的定制需求同比增长都超过200%。与此同时,前景看好的旅行定制师队伍也吸引更多人加入。

改善旅行体验定制服务大众化

登南岳衡山、观日出云海,在看了不下50条攻略之后,游客曾女士信心满满地出发了。“然而,上了山才发现,别人的攻略并不适合自己。”看到别人说帐篷体验很好,曾女士也租了一顶,到了晚上却是“又冷又怕”,因为“铁了心去看日出”,反而错过了黄山景、拜大庙。更糟的是,出发前没有关注天气预报,登山那晚阴云密布,观日出云海计划彻底泡汤。专业度不够、细心程度也不够,曾女士的旅行以遗憾告终,“下次我会选择定制旅行”。曾女士说。

“每个人的旅行产品都是独有的。曾女士不适应帐篷住宿,在前期沟通中了解到这一点,我会向她推荐民宿或酒店。有些旅行只能在特定的时段进行,比如观日出首先得有好天气,那么我会根据天气制订旅行方案。从业这几年我积累了许多个性化方案,比如70后旅行大多数是亲子游,90后多是朋友结伴出行,一家三口出行最好少走路多坐车,可是有的客人就不想在车上浪费时间。总之,100个人有100种方案,定制旅行定制的就是最适合你的那一套。”旅行定制师张振说。

“旅行定制服务已经大众化了,我接触到的客户大多数是普通家庭,一次旅行下来开销不会太大,他们更看重旅行

体验。”旅行定制师苏思说,她曾为一家定制旅行服务,由于是一家三代出行,老人小孩都要照顾周全,所以设计行程时,既要看到景区经典的内容,又不能速度过快。

在旅行支出方面,由于出行前做了花费预算,所以支出和体验成正比。

苏思说,从业一年多最明显的感受就是旅行体验逐渐细分,每个人对旅行的要求、品味不同,这就要求定制师对目的地了解全面,或者是当地人能对当地的定制,这样的旅游产品更符合游客需求。”

旅行定制师王元丰就是海南土著,在做海南定制游时,他会结合当地旅游亮点再加入黎家竹筒饭、文昌鸡、加积鸭、东山羊等当地特色美食,让游客在游玩的同时享受山珍海味,颇受游客欢迎。

旅行定制师门槛在提高

旅行定制师正在成为旅游市场的香饽饽。日前,携程旅行网在对平台上的5000多名定制师进行分析后发现,旅行定制师可以说是一种多劳多得的职业,今年上半年做得最好的定制师无一己之力创造出上千万的营收。普通定制师月收入在6000元—1.2万元之间,旺季时做得好的定制师月收入能达到3万元。

采访中,笔者发现,旅行定制师并非谁都做得了。目前,旅行定制师队伍呈现高学历态势,主要集中在本科和专科学历,占比分别为44%、49%,硕士及以上学历占比2%,几乎是一线从业者中大学学历比例最高的。在携程定制旅行平台今年开班的携程定制学院里,首批结业学员中有20%具有硕士以上或海外留学背景。海归旅行定制师在境外目的地的行程定制上优势明显。比如,首批学员中就有一位在澳大利亚留学生活5年的学员,毕业后顺利地到澳大利亚的Good-time Travel Services Pty Ltd 入职,成为一名海外旅行定制师。

相关调研结果显示,当前,全国旅游从业者普遍学历偏低,专科以下学历的占从业总人数的一半,但在旅行定制师行业,专科以下学历的仅占5%。

旅行定制师工作效率很高。据悉,用户提交需求后,超过90%的旅行定制师要在5分钟之内响应接单,100%的旅行定制师会在1小时内联系客户。根据具体需求和目的地的复杂程度,旅行定制师设计方案的时间在4—16小时不等。

旅行定制师对年龄也有要求。数据显示,90后是旅行定制师队伍的主力军,占比66%;80后、70后旅行定制师的比例为32%。旅行定制师明显趋于年轻化,甚至出现了不少00后,占比2%。50岁以上的旅行定制师基本没有。“年轻人有追求个性化的创新需求,在玩法上更大胆,这与定制用户追求个性化、好玩的需求契合度很高。”携程旅行网相关负责人说。

此外,来自携程定制旅行平台的数据显示,一线城市旅行定制师数量最多,占比49%;二线城市的旅行定制师占比22%;三线城市的旅行定制师占比29%。

与传统业务“共生共荣”

旅行定制师的日渐盛行,对于传统

旅行社的业务是否有影响?在湖南虹桥国际旅行社董事长袁宝杰看来,“不会造成影响,两者是一种共生共荣的关系。旅行定制师其实就是旅行社销售和计调的结合体。”

袁宝杰说,定制旅行早在20多年前就已经存在,只是当时是针对公费集体出行的群体,旅行社只要按照对方的要求定制专属他们的旅游产品即可。

针对目前各大线上平台的旅行定制师,袁宝杰说,80%以上都是立足于传统旅行社的线路产品,只是在此基础上结合游客需求进行修改完善,但也仅限于提供看似专业的旅游攻略。如果游客想要享受住宿和景区门票方面的优惠,则必须通过旅行社。“所以,旅行定制师不会对旅行社的业务造成影响,反而会提升消费者对于旅游行业专业性的认可。”

8月2日,“游旅旅行网”之长三角定制游论坛在杭州举办。与会专家普遍认为,定制游是旅行社行业未来的蓝海。伴随着消费升级,市场需求的增长,定制游市场规模将持续增长,预计未来3年内很有可能占据旅行社20%至30%的业务量。目前,我国定制游市场呈现3种发展模式:第一种是“散拼+定制”型,即旅行社提供大交通+酒店,客人自行设计行程的定制游;第二种是纯个性化定制,资源+系统+专业旅行定制师提供服务;第三种是专线定制,即专注于某一特定目的地的定制游,提供专业的产品和服务。

携程定制旅行CEO徐郅耘认为,随着定制旅游市场的飞速发展,合理布局以及科学的内部管理、紧跟产业发展节奏,实现定制游产业规模化已成当务之急。张冬月 滕林林 高慧

张冬月 滕林林 高慧