

俄实施免签政策颁“球迷护照” 世界杯线路销售火爆

根据俄罗斯联邦政府消息,当地时间2018年6月4日至7月25日,俄方将在举办2018年世界杯足球赛期间对外国观众实施免签政策。而记者从旅行社了解到,受观赛热潮的带动以及签证利好的影响,目前世界杯相关线路已经进入预订高峰,一些俄罗斯相关承办城市的不少酒店都被抢订一空,而为了方便游客,旅行社也推出了众多配套服务满足球迷的需求。

世界杯赛期及前后10天内可免签

据了解,中国观众可凭记载个人信息的实体或电子观众卡(球迷护照),和门票或者获取门票的证明免办签证入境俄罗斯。入境期限为世界杯首场比赛前10天,出境期限为最后一场比赛后10天。乘坐汽车入境者,须从对国际旅客开放的俄边境口岸入境。而俄罗斯世界杯是在今年6月14日鸣哨,决赛在7月15日进行,比赛将在莫斯科、圣彼得堡、索契和叶卡捷琳堡等城市举办。携程相关负责人表示,世界杯产品的预订期从2017年年末便启动,现在携程主题游体育赛事频道世界杯观赛团已经有超过百人报名,三、四月正是预订高峰期,近几周不断有订单产生。

众信旅游相关负责人则表示,目前俄罗斯世界杯相



俄罗斯极富特色的城市建筑

关产品咨询情况、销售情况良好,球迷专门针对世界杯赴俄旅游。此外,世界杯期间,当地球场也会最大限度为中国游客提供中文服务,方便中国球迷观赛。

另外来自携程的大数据显示,截至目前,2018年世界杯期

间,莫斯科、圣彼得堡等主要比赛城市的酒店整体预订量同比增长超过50%,预订紧张度非常高,其中12座比赛场馆周边热门酒店已售罄。不止是酒店抢手,在世界杯等因素刺激下,赴俄机票销售期提前,6月中旬至7月中旬,去往上述主要比赛

城市的机票预订量同比增长40%,热门航班仅剩零星几张票。

产品报价2万元至4万元不等

游客如何才能便捷地前往

俄罗斯观看世界杯?对此,驴妈妈旅游网公关部总经理李秋妍表示,驴妈妈目前已上线了多款赴俄观看世界杯线路,涵盖开幕式及多场赛事。从线路行程来看,以8-10天一国深度游居多。价格从26000-40000元不等。“为确保游客在观看球赛外,有更充裕时间欣赏俄罗斯,我们特别对交通工具进行了优化,如上海出发的优选东航直飞莫斯科或圣彼得堡,圣彼得堡到莫斯科选用高铁而非夜火车等。”

而众信旅游方面表示,众信旅游俄罗斯世界杯产品多为“一家一团”小团定制类观赛产品,每个团组都会根据客人喜好和需求调整优化。携程旅游相关负责人表示,携程网上目前只售卖世界杯款待计划产品,目的地参团游票+酒均价在2万左右,跟团游在4万左右,决赛场次在6万以上,“款待计划”配套服务是高于世界杯普通门票的,包含了可以进球场的大巴接送,贵宾休息室,自助或点餐服务,包厢看球,酒水畅饮等。

此外,李秋妍预测,由于此次预订游客中,以铁杆球迷为主,中高端收入人群居多,可以看出国内游客在体育旅游消费方面的热情持续高涨。而未来随着国内中产阶层中的高收入人群规模不断壮大,相信体育旅游还将迎来更高速的增长阶段。

49家上市旅企晒成绩单 旅游消费升级为业绩增长提速

近日,49家上市旅游企业2017年的成绩单陆续曝光。其中,36家旅企营收过亿,八成旅企实现盈利。

在国内旅游市场消费升级的大环境下,国民人均收入的增加及旅游目的地的丰富,带动人均出行率逐年提升,为旅游企业持续增长奠定了基础。综合上市公司业绩报告,在行业转暖的大背景下,部分上市公司持续增长态势凸显。

从业绩来看,49家上市旅企中,有36家营收过亿。其中,由华侨城、中国国旅、携程、众信旅游4家旅企组成的第一梯队营收均超过百亿,远超于紧随其后的首旅酒店、华住酒店、凯撒旅游等知名品牌旅企。

从盈利来看,49家上市旅企中,八成旅企实现盈利,13家盈利破亿。其中,携程、首旅酒店、游哆、桂林旅游、三特索道、世界旅游等10家企业净利润增长超1倍,桂林旅游以近八倍的利润增长率位居榜首。另一方面,三湘印象、西安旅游、丽江旅游、中青旅等16家企业净利润同比下降,有10家企业陷入亏损,亏损破亿仅途牛一家。

行业转暖成为业绩增长主动力



文化和旅游部发布数据显示,2017年国内旅游市场高速增长,出入境市场平稳发展,供给侧结构性改革成效明显。国内旅游人数50.01亿人次,比上年同期增长12.8%;出入境旅游总人数2.7亿人次,同比增长3.7%;全年实现旅游总收入5.40万亿元,增长15.1%。全年国际旅游收入达1234亿美元。

2017年全国旅游业对GDP的综合贡献为9.13万亿元,占GDP总量的11.04%。旅游直接就业2825万人,旅游直接和间接就业7990万人,占全国就业总人口的10.28%。

在国内旅游市场高速增

长、出入境市场蓬勃发展,以及供给侧改革的刺激下,中国旅游市场从量变转变为质变,受消费理念升级、签证便利、航线增加等因素影响,全民进入“旅游消费升级”的阶段。根据上市公司相关公告,在行业转暖的大背景下,搭乘旅游目的地、住宿、出行、消费升级等多层“顺风车”,多数上市企业实现了业绩的快速增长。

以2017年营收增速涨幅最大的腾邦国际和北部湾旅为例。腾邦国际旅游业务在2017年的表现十分亮眼,营收、净利润双双实现大幅增长。经财报披露,腾邦国际亮眼的成绩依

赖于掌握了出境游的大交通出口,线下销售渠道的扩张促使公司不断开拓国际航线,现已获得从国内多城市飞越南、老挝、印尼、泰国、意大利、俄罗斯等地将近20条国际航线的独家运营权。得益于此,在腾邦国际的主营业务——机票板块上,国际机票的营收占比在2017年首次超过了国内机票。

紧随其后的北部湾旅搭上了旅游目的地升级的顺风车一路直上。北部湾旅主营北海、涠洲岛、烟台、秦皇岛区域周边海上游、环岛游等海洋旅游服务,北部湾旅财报指出,国内海岛游以丰富的旅游资源、完整的活动空间、便捷的交通,逐渐成为境内游客出游的热门目的地,在国内海岛游不断升温的带动下,海洋旅游航线业务进入快速增长期。

旅游板块飞速回升

北京联合大学旅游学院副研究员杨彦峰表示,综合上市旅企财报,2017年旅游板块总体表现良好,随着旅游逐渐演变成刚性消费需求,旅游消费升级越发明显,旅游消费快速增长,带动上市企业的业绩和盈利飞速回升。

杨彦峰这指出,2017年上

市旅游企业呈现出阶段性特征和结构性差异,服务型、资源型企业增长迅速。

“很明显,以精细服务和资源为扎根点的旅游企业,业绩增长都非常快。华住2017年着力于品牌升级和服务精细化,营收和净利都实现了大幅提升;腾邦国际、北部湾旅、桂林旅游、三特索道等企业立足于自身资源,不断开拓市场,有效提升了企业的盈利能力。”他举例说明。

杨彦峰指出,2017年旅游板块另一特点,越是具有规模的企业,发展态势越好。目前市场回归价值主导的投资风格,且消费升级和改革优化将加速优胜劣汰,有利于龙头企业和拥有优势资源的企业胜出。

“比如华侨城、中国国旅、携程、首旅酒店等,营收和净利润同比增长都高于水平线,而位于第二梯队的众信、凯撒等企业,面临巨大的竞争压力,业绩增长逐渐放缓。也就是说,规模越大越大的企业,越具有服务能力和资源,因此发展态势越好。”杨彦峰认为,旅游板块的总体表现迎合了行业的集中化趋势,与近年来行业整合和集中度提升的大背景密切相关。