

4月21日,盛况空前的“山东旅游O2O泰山会盟”落下了帷幕,不管是线上的“O”还是线下的“O”,在这次盛会中纷纷表示大有收获、不虚此行。尽管“泰山会盟”作为一次旅游行业内的交流会,并没有游客的参与,但多位业内专家表示,随着电商对旅游全产业链的渗透,更低的门票价格、更优质的服务、更超值的旅游体验将使更多游客受益。



电商来袭 景区降价大势所趋

“O2O泰山会盟”受益的还是游客

□本报记者 乔显佳

“今后必须实行更灵活的门票价格了,这是大势所趋。”4月21日,正在泰安参加由山东省旅游局主办的“山东旅游O2O泰山会盟”活动的曲阜市文物局负责人说,今年,曲阜“三孔”景区门票将首次向电商开放。

本次会议上,全省身处市场一线的景区纷纷向国内旅游电商巨头伸出热情臂膀。采访中,多名景区负责人表示,随着竞争加剧,景区降价或采取更灵活的门票政策将是必然的。

“三孔”今年放开电商售票

作为管“三孔”的曲阜市文物局负责人,孔德平局长在此次“泰山会盟”中很忙,全国多家著名电商纷纷找他,要求合作,一会手里就攥着一大把名片。下午,当“去哪儿”网两名相关负责人在会场找到他时,孔德平明确表示:今年“三孔”门票将向电商开放。

稍稍了解“三孔”门票政策的人都会对此感到吃惊。以前,孔庙、孔府、孔林作为炙手可热的国家5A级景区、山东重点景区,在门票政策方面一向管理严格。普通景区为赢得旅行社送客,往往执行6折、5折团队票,有的景区甚至更低,但是“三孔”多年对旅行社执行9.5折的团队门票政策。这使得一些靠“吃折扣”生存的旅行社一直颇有微词。

据了解,尽管每年“五一”“十一”,曲阜“三孔”景区的客流都在高位,甚至屡屡达到最大承载量,但在淡季或非周末节假日时间,有时候客流量尚不及最大承载量的2成。有统计显示,省内现有的9家5A级景区,全年最淡时段客流量甚至不到高峰时8%。业内普遍相信,若采取“旅游景区+电商”模式,将有助于帮助景区实现“淡季不淡”,大大增加经营收入。

据孔德平介绍,为配合景区拥抱电商的新时代,他们决定成立网络销售部,改变以往单靠景区门口售票的模式。考虑到曲阜“三孔”门票政策受到曲阜市以及上级有关部门的重点监控,短期内将尝试以“三孔”带曲阜市其他收费景点的办法,实际上相当于向

电商、能组织起较大客源旅行社加大“三孔”团队门票打折力度。

以前旅游行内有种观点,类似曲阜“三孔”、泰山这样的世界遗产类景区,无论游客还是旅行社,是无论如何也绕不过去的。参加此次会议,孔德平说:“如果‘三孔’不在电商卖票,崂山、蓬莱阁等在电商卖票,时间久了‘三孔’也会被市场边缘化。”因此今后必须向电商开放。

旅游景区“热拥”网络电商

记者采访中了解到,对此次“O2O会议”,山东主流景区高度关注,释放出前所未有的热情。很多著名景区都是派出了数十人的对接团队,由主要负责人带队参会。而参加会议的携程、同程、途牛、欣欣旅游、微天下、游多多、一村网、周末去哪儿、一块去旅游、去哪儿、阿里旅游、途家网、驴妈妈、蚂蚁窝、酷旅网、美团网……数十家旅游电商也是全力以赴,派出数十人甚至上百人的团队参会,全力对接各地景区、旅行社机构。

“O2O”是当下旅游业发展中出现的热词。两个英文字母“O”分别是指“线上旅游”和“线下旅游”,“2”一般被认为是信息的交互。

青岛崂山风景区管理局李作钦副局长说,握有网络优势的旅游电商具有信息发布和技术推广等方面的巨大优势,景区若不能抓住,就会在竞争中落伍。通过这次“O2O会议”,多方敞开心扉交流,各取所需,对各方都是机遇,就会实现“多赢”。相对于直接掌握旅游产品的景区或传统旅行社,旅游电商只是一个建立在网上的“大旅游超市”,本身不掌握多少旅游资源,与景区之间属于“互有所需”。

崂山风景区市场处处长刘洪涛说,目前崂山急需继续提高旅游质量,部分旅游电商推出的为游客定制个性化旅游产品项目,这一点双方的需求非常契合。崂山景区内的酒店等资源,如果将其使用权或管理权拿出来与电商合作,对发展非常有利。

值得一提的是,面对国有景区、公园普遍呈现出

的管理体制、机制过死,不适应市场要求痼疾,我省提出将国有景区改制的目标。刘洪涛处长认为,随着“旅游景区+电商”的“潘多拉魔盒”打开,今后将会带来不可小觑的“倒逼”效应——逼迫景区或旅游目的地采取适应市场需要的企业化、市场管理机制,重视对游客的服务。

“游客将是最大的受益者”

记者采访中注意到,作为一次旅游行业内的交流会,并未像以往旅交会那样有游客的参与。但实际上,“游客”因素在本次会议中可谓无处不在。

与会演讲的北京大学旅游研究与规划中心主任吴必虎说,这次“O2O泰山会盟”更是一次“旅游+”的大会,将掀起旅游业与其他各行各业、各领域跨界合作的热潮。“但无论怎么+,说到底都应该以游客为中心,以旅游产品为中心,以旅游目的地为中心。”吴必虎说。

一些旅游电商代表表示,他们将继续选择景区推出诸如“一元门票”的政策,以期取得社会轰动效应,掌握庞大的客户资源。另外,像“阿里旅游”等电商还推出旅游分期支付业务,非常适合于一些经济状况一般又热衷于旅游的青年人,购买旅游产品也可以“按揭”了。采访中记者发现,类似针对游客的灵活服务方式非常多。

临沂蒙山管委会主任解东说,目前国内旅游电商很多背后都有大笔风投资金的支持,使其“砸钱比传统行业狠”,为的无非是抢占旅游市场,占有更大的客户群。相比其他投资者,旅游电商眼光放得普遍比较长远。目前,国内旅游电商大战已趋白热化。受电商“烧钱”竞争影响,游客可享受廉价旅游的优惠。

“目前景区门票过高已经制约山东旅游业的发展,通过电商加入,鼓励游客‘用脚投票’,就会在不依靠行政手段的情况下,促使景区过高的票价逐步降下来。”解东说。而随着旅游景区价格在电商平台透明化,传统旅行社失去赚取门票差价的空间,则会促其回到提高服务质量这个“本分”上来。

世界地质公园 国家级风景名胜区 国家5A级旅游景区 国家森林公园

太行龙头·世外桃源

野三坡



网址: <http://www.hbysp.cn>
<http://www.ysp.gov.cn>
电话: 400-816-0505
企业QQ: 4008160505



自驾线路: 济南—京台高速—德衡高速—大广高速—廊涿高速—张涿高速—野三坡

网站二维码 野三坡服务号二维码

济南咨询电话: 0531-82815566; 淄博咨询电话: 0533-2772123; 聊城咨询电话: 0635-8769505; 济宁咨询电话: 0537-2361888;