



# 移动旅行，指尖上起舞

陈静



通过手机等无线端预订星级酒店

占比更高——

## 高级酒店为游客青睐

本报记者 余颖

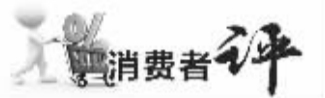
过去一年，有4.6亿人次在手机上通过“去哪儿网”预订机票酒店。该网站上，机票搜索最热门的国内10个目的地城市分别为：北京、上海、成都、广州、重庆、深圳、昆明、西安、厦门、三亚，这与高星级酒店预订量前10位的城市出现高达80%的重合。在提前预订天数上，机票占比最高的预订周期为0至3天，预订量占比50%以上的高星级酒店预订周期同样也是0至3天。也就是说，到这些知名旅游城市的游客大都会选择入驻高星级酒店，享受惬意假期。

“去哪儿网”的统计数据发现，通过手机等无线端预订星级酒店的占比更高，且呈不断增长态势。究其原因，可能因为方便快捷的APP更符合现代人的生活节奏。在全年高星级酒店预订量最高的5大峰值节点中，有3个出现在国庆前后。但无线端的这3个时间点为10月1日、2日、3日，PC端则为9月25日、28日、29日，用手机预订酒店的客人明显更淡定。

“去哪儿网”用户以25岁至35岁年龄段居多，占比56.5%，其次为25岁以下和35岁以上的用户，分别占比22.3%、21.2%，高星级酒店用户年龄分布与之基本保持一致，也就是说，“80后”正成为高星级酒店消费绝对主力。而且，高星级酒店点评人群同样呈现年轻化趋势，女性点评用户更多。

的对象，2014年，几家著名在线旅游服务提供商先后爆出用户信息泄露，也表明这些服务商缺乏网络安全意识和完善的安全管理流程。

从未来发展来看，手机旅行预订的发展之路仍然要继续聚焦于消费者体验的改善和创新。比如，随着2015年1月初央行向8家民间征信机构颁发个人征信牌照，可以考虑将旅行产品，特别是酒店预订与个人信用积分相结合，在这方面，阿里巴巴旗下旅行品牌“去啊”，已经尝试为芝麻信用积分600分以上的用户提供“免押金，离店后付费”的“信用住”服务。未来，手机还可以直接代替门卡成为酒店门钥匙，甚至用于启动租赁的汽车。这些重量级应用的出现，将会让手机在旅行中扮演更为重要的角色。



离春节还有两周时间，长假出行预订已到尾声。翻检邮箱，笔者在一月内收到的各互联网平台发来的旅行促销足有23封，从“超值酒店”到“潜水套餐”不一而足，几乎无一例外地标注着“手机下单更优惠”。来自权威机构的数据更为手机旅行预订市场的火爆提供了“铁证”：中国互联网络信息中心2月3日发布的第35次《中国互联网络发展状况统计报告》显示，手机旅行预订2014年用户年增长更达到194.6%，成为增长最快的移动商务应用。

如今人们为什么在旅行中越来越离不开手机？答案之一是，手机正在改变他们的信息获取和分享方式。对于时时处于移动中的旅人来说，智能手机作为随时随地的互联网入口，特别适合信息的查询与旅行观感的分享，查询酒店、手机值机、搜罗美食、甚至打开朋友圈看看昨天发的旅行照片得了几个赞……与此同时，手机的定位功能则让人们的信息获取更有效率，这在陌生的环境中显然比传统PC端更加方便。

答案之二则是人们的休闲观念正在发生变化。作为个人化的智能终端，每个手机背后都是一个独立的个体，通过手机对旅行中诸多项目的预订和信息查询，背后蕴含的深意则是：人们对于旅行的要求正在变高，和以往跟团游的“上车睡觉下车拍照”相比，个性化、碎片化的旅行需求正在不断扩大，消费者对旅行中自己的话语权要求越来越高，机票、酒店、餐厅、景点间交通……在旅行中需要掌握的信息量也就随之增加，而移动互联网正是最好的信息获取渠道。

从未来“需求起舞”的移动互联网对市场变化格外敏感。移动互联网服务商正在提供前所未有的丰富产品，传统PC互联网时代，旅行预订多半集中于机票和酒店，但随着移动互联网和旅行大产业的深度融合，包括城市周边自驾游、休闲度假游和包括滑雪、登山、徒步等主题游产品纷纷上线，特别是2014年以来各大在线旅行网站的“门票大战”，都意味着人们可以在手机端购买到更多旅游产品和服务。

而从线下商家的准备来看，随着移动支付闭环的形成和O2O模式的成熟，线下商家对移动互联网技术的采用也让用户在移动端的体验变得更好。毗邻千岛湖景区的浙江省淳安县副县长郭东晓曾告诉笔者，淳安的线下商家做了几件事，比如在每个景点架设免费WiFi、安装二维码扫描器，让游客可以直接扫描电子门票二维码进入，县里还开发了智能旅游向导，可以根据用户的手机位置自动推荐距离最近的停车点和餐饮集中地。诸如此样的服务，让手机可以实现传统旅行所无法达到的便利和快捷。

不过，飞速增长的移动旅行也暴露出了不少问题。大部分在线旅行服务商仍然只是线上的信息汇集平台，真正的服务和产品还是由线下旅行社、机票代理商和酒店提供，作为“中介”的服务商们对其控制力不高，一旦出现“状况”，很难为消费者“撑腰”。此外，在线旅游服务商掌握着包括用户姓名、身份证号等核心信息，这些宝贵的资源也成为黑客和“内鬼”觊觎

## 出境游意愿首次超过国内游，将是今年春节的旅游热点——

# 快过年了，去旅游吧

本报记者 郑彬



外地游客在北京鸟巢游玩。本报记者 赵晶摄

有钱没钱，旅游过年，已经成为现代人的一种新生活时尚。业内人士指出，受到出境旅游门槛放宽、国内高铁便利化、互联网旅游技术创新与价格竞争等因素影响，今年春节预计游客规模将创历史新高，成为史上最火热的春节黄金周。

过年了，出门旅游，首先要成为一个文明的旅行者，应当做到入境随俗，保持基本的礼仪，对自然和历史怀有敬畏之心，尊重文化的差异，尊重公共秩序，尊重传统，尊重他人。

少回家看望父母。只有节假日时儿子、儿媳带着孙子回来，马大爷家里才热闹起来。今年，儿子儿媳商量决定带马大爷老两口去三亚过个“旅游年”。马贵生老人说，全家旅游满足了儿子带着全家出游的心愿，也满足了他们老两口渴望团圆的心愿。

春节期间接父母到自己所在的城市团圆的“逆向迁徙”过年方式，也逐渐成为不少都市年轻人的新选择。同程旅游数据显示，相关的机票预订量比去年同期增长五成左右。

同程旅游机票事业部负责人介绍说，春节期间是务工返乡的高峰期，从东部发达城市发往中西部劳务大省的航班，经常会出现“满载空回”的情况。这种“单向性航班”返程的机票价格一般折扣幅度较大，并且票量充足，如在预订春节前夕（2月16日）北京飞长沙机票价格最低为1116元，而同一时间长沙飞北京机票价格最低仅为166元。客流错峰超低价机票的出现，也进一步催热了“逆向迁徙”的春节过年现象。

### 出境游文明伴左右

国家旅游局要求，各地在春节前集中组织开展以出境文明旅游为重点的专项检查，重点检查赴周边国家旅游是否做到“三个到位”

记者在采访中发现，由于风俗习惯不同，各地虽然都是过年，却有着不一样的年味。因此，“南往北走、北往南走”，去异乡体会不一样的新年成为一种趋势。

今年春节，将自己的出游目的地定在境外的人也不少。“我和同事约好了，忙了一年，春节好好放松几天，可能去‘新马泰’玩几天吧。”“我打算和老婆一起去塞班岛，那是一个浪漫的地方。”“我已经报名参加了去马尔代夫的春节旅行团，我打算带着女朋友一起去。”“我准备和孩子去欧洲，让孩子多多见识外面的世界。”

记者从多家旅游网站上获悉，与去年同期相比，今年出境游预订量成倍增长，最热门线路已出现150%的增长幅度。从春节旅游预订情况来看，热门出境游目的地依然集中在亚洲，以泰国、日本、韩国为主。香港、澳门人气也较旺，成为最受游客喜爱的春节旅游目的地。

业内人士指出，出境游意愿首次超过国内游，将是今年春节的旅游热点。这主要是受众多目的地国家签证条件放宽等因素影响，同时，很多报名的游客是第一次出境游或者首次在网上预订，也说明越来越多的国人有条件走出国门。

“这些年，中国游客出境旅的行为文明方面还是有很大进步的。”携程旅行网的一位导游告诉记者，很多外国人认为，中国人热情、亲切，比较好相处，购物能力强。

“但还有一些较普遍的不文明行为，需要游客注意。”他说，比如秩序感不强，例如，排队时前方有团友排队其他团友会借机插队；还有习惯在出行时吃零食等。

这位导游还说，人的行为习惯都源自文化，不同的文化造成不同的习惯，通过相互理解会减少很多摩擦。

春节长假临近，国家旅游局要求，各地在春节前集中组织开展以出境文明旅游为重点的专项检查，重点检查赴东南亚、日本、韩国等周边国家及港澳台地区出境旅游是否做到“三个到位”，即对领队的教育培训是否到位、行前说明会文明宣传是否到位、领队履行文明引导职责是否到位，督促旅行社把做好文明旅游的“组团关、落地关、行程关”以及对导游领队的“培训关”。

针对出境游中的不文明现象，一些旅行社也提前采取了措施。例如安徽环球国际旅行社制订了环球国旅“文明旅游实用攻略66条”。攻略不仅包括“不能插队，食物诚可贵，用餐勿浪费”等基本礼仪，也有“户外旅行时，带走所有垃圾，别让小动物因误食塑料袋而丧命”等环境保护方面的提醒。

### 出游走向“移动化”

在移动信息技术的助推下，客人的旅游预订习惯从线下向线上转变，现在正在向手机端迁移。春节旅游消费走向网络化和移动化

今年春节旅游消费方式的最大变化是网络化、移动化。超过八成客户倾向于通过旅游网站选择、比较旅游产品，四成客人在手机端用旅游APP作出行准备，比例远超过传统旅行社的客人。调查显示，透明度高、产品丰富、预订便捷，是客人选择在网络和移动端预订的主要原因。

同程旅游负责人介绍说，截至2014年底，同程旅游APP下载次数累计已经突破了2亿，意味着平均每5个休闲游客中就有一个使用同程旅游APP，同程旅游APP已拥有了庞大的用户群；同时，同程旅游不少的产品特惠、大促销活动，都是手机客户端专享，这也是手机客户端成为用户产品预订主要渠道的重要原因。

据统计，携程、同程等大型旅游网站已经推出数万条线路以及500元免费礼包、“买一送一”等优惠活动。消费者获得的优惠力度最多可达到50%以上，网上特别是手机APP预订的性价比创新高。

业内人士认为，在移动信息技术的助推下，客人的旅游预订习惯从线下向线上转变，现在正在向手机端迁移。携程等大型旅游网站与各家旅行社合作，把产品都搬上网站。从目前春节假期的预订情况看，出境游、高铁与自驾游、跟团游与自由行、门票等产品，将会出现爆发式增长。其中通过APP预订的比例将创新高，比如携程门票订单预计80%以上来自APP。

携程旅游负责人指出，“春节爆款”的出现，说明消费者对价格依然非常敏感，也体现了市场竞争的激烈。建议消费者除了价格，也应该在品牌、行程安排等方面综合考虑。



2月3日，消费者在山东即墨市移风店镇的温室大棚里选购鲜花。春节临近，移风店镇农民种植的十余万盆鲜花竞相绽放。梁孝鹏摄(新华社发)

### 2015年旅游纪念品流行趋势预测

报告显示——

## 回归经典是市场趋向

本报记者 沈则瑾

不久前，《2015年旅游纪念品(礼品)流行趋势预测报告》发布，这是上海旅游纪念品流行趋势专家委员会经过两个多月的调研论证形成的预测报告。报告将今年的旅游纪念品(礼品)流行趋势概括为：梦想主题的原创核心、回归经典的主流趋向、全彩运用的流行风尚。

专家们认为，从中国梦的大梦想到各行各业的小梦想，蕴含着极其丰富的构思和素材。缤纷多姿的梦想作为旅游纪念品(礼品)创作和开发的主题，无论是宏观还是微观，都有着深刻积极的意义。

带着向往的心，去寻找心中的梦想，是旅游的特性；保存和再现旅途记忆的纪念品(礼品)，是梦想的载体。通过创意、工艺、材质、色彩，能够巧妙地把人们梦想的情感元素表现出来。

专家们强调，旅游纪念品(礼品)市场需要更多的富有个性化兼具地方特色、制作精良、价格合理的旅游纪念品(礼品)。期待梦想能激发又一波创作设计者的热情，打造更高水准的行业开发和市场大格局。

专家们认为，回归经典、弘扬传统手工艺是2015年旅游纪念品(礼品)市场的主流趋向。社会大环境回到理性、归于原本的质朴，而大众的鉴赏、品味及购买力的活跃态势，左右了旅游纪念品(礼品)行业的兴盛，对品质生活有追求的老百姓越来越多，他们钟爱有品质、有赏玩或实用价值的纪念品(礼品)，用来收藏或送礼。

记者了解到，2015年流行色彩主要趋向为全彩运用，辅助流行色为暖黄。这是专家们依据百姓生活和喜好的相关数据，参考世界色彩专业机构、相关行业数据的分析推定的，反映了人们的当下心理需求。



2月2日，在新疆库尔勒市二十九团的一处“便民肉菜直销点”，市民在购买新鲜蔬菜。近日，新疆库尔勒市二十九团以农超对接、统一配送、统一标识、统一销售的模式进行运营。杜炳勋摄(新华社发)