

热点聚焦

旅游APP,如何抓住年轻人?

出门旅游,手机在手全程无忧。随着在线旅游的快速的发展,这是很多年轻群体共同的感受。翻看他们的手机界面,携程、去哪儿等手机APP终端多在其中,用手机查机票酒店、订景区门票、订房订车、甚至预订各种度假产品,已经成为散客自由时代年轻一代的消费习惯。

暑期来临,各类旅游APP又掀起一轮大战,无论是携程网联合国内千家景区推出不限量的“一元门票”活动,还是驴妈妈网站联合数百家水公园和漂流景区在手机无线端推出“0元”免费入园活动,日渐白热化的暑期旅游手机APP市场争夺,热闹之下又有哪些隐忧呢?



在呀诺达景区体验高空滑索的游客。本报记者 武威 通讯员 曹传佳 摄

■ 本报记者 黄媛艳

旅游APP已成为年轻人游玩首选

抵达广州长隆野生动物园,游客黄女士的首件事不是选择景区售票点直接购票,而是打开手机携程旅游APP,查看是否有优惠门票。而这,在如今很多年轻消费群体中,早已成为一种潮流。

艾瑞数据显示,2013年,中国在线旅游市场交易规模2204.6亿元。2015年,中国在线旅行预订市场交易规模将达到3630亿元,但目前中国在线旅游在国内旅游市场渗透率不足10%。截至6月,携程手机应用的下载量已经超过1.6亿;去哪儿成为安卓平台上首个下载量过亿的旅游类应用。

随着国内旅游市场的主力消费人群

转为80、90后甚至00后的年轻人,在线旅游的市场渗透率会进一步提升。其中,APP应用程序被认为是未来旅游产品预订和销售的主力渠道。Hotwire(穷游网)近日发布的一项研究报告也证明了该观点,报告显示,34岁以下的年轻旅客更倾向于使用移动设备预订酒店、航班等。

“在线旅游,尤其是APP的火热,已经成为一种趋势。一方面,目的地政府希望借助该平台有效推广旅游产品,酒店、景区等传统的旅游实体部门也希望借助其实现市场突破,另一方面,消费者也希望通过这个平台享受自助随意、物美价廉的旅游体验。”西南民族大学经济学院副教授单德朋表示,旅游手机应用的快速发展,是机遇也是挑战。目前,各类APP的综合竞争力仍有很大的提升空间。

政企旅游APP异中有同

为在移动端的在线旅游竞争中立于不败之地,从旅游目的地而言,三亚推出了“阳光翼行”智慧旅游产品;从企业层面而言,携程、去哪儿、同程等在线旅游商都积极完善自身的APP系统。点开三亚官方旅游APP,人们不仅能看到三亚旅游的新闻资讯,最新活动,酒店、景区最新促销信息,还能在游玩攻略中了解如何玩转三亚,甚至可以在图片视频中直观感受三亚之美。

“阳光翼行”更是先进,作为国内首个实现跨境移动支付的产品,“阳光翼行”整合了旅游景区、线路、交通、气象、娱乐、购物和住宿等信息,可以为国内外游客提供景区语音讲解、全景图片、同声翻译、客户

服务、旅游攻略、旅游路线的推荐,和规划、导航、特产订购、订房、订票,甚至是提供无线上网流量和低价的国际通话等,覆盖游前、游中、游后的服务。

与携程等企业的旅游APP关注景区、酒店、租车等产品销售不同,目的地政府的旅游APP虽有产品,但更多强调的是服务和形象传播。然而,同样作为旅游APP,在如何吸引游客关注的问题上,它们有着共通之处。

“一个成功的旅游APP,必须解决三个问题,一是通过产品找到用户,二是通过性价比、网络消费的层次效应等增加客户粘性,三是完善用户体验,实现口碑的不断传播。”单德朋认为。

补足线下服务短板 提升线上浏览体验

其次景区是一个旅游目的地第一形象的代表,最后,景区也是旅游目的地线路产品的核心构成要素。同时,随着旅游业的发展,景区的概念也发生了很大的变化。“现在,景区的内涵和外延已经发生了变化从原来单一的风景区,逐步发展成为形式多样的景区。比如旅游度假区也可以是景区,风情小镇也可以是景区。”在王健生看来,如今景区在旅游目的地的地位越来越重要。因此,发挥景区行业协会组织的功能,为景区健康发展提供行业保障显得尤为重要。

而当前海南旅游市场对景区发展的不良影响,也成为推动旅游景区协会成立的一个重要原因。王健生告诉记者,影响海南旅游景区发展的第一个问题,在于很多景区价格虚高。“在旅行社零负团费的经营模式下,很多景区为了给旅行社高回扣,往往大幅度提高门票价格,造成价格虚高。”王健生表示,这种景区票价虚高的状态,显然与当前逐步以散客化和深度体验化为主的旅游模式不相符,“如果有了行业协会,那么景区业界就可以团结起来共同抵制这种价格虚高的状况,以吸引更多游客。”

避免景区同质化开发,也是行业协会将要发挥的重要作用。“现在海南很多地方都在发展旅游,这其中不免出现很多模仿其他地方的景区。因此,在新景区的规划开发过程中有了行业协会的参与,向当地政府发出行业声音,表达行业关切,那么将会有效避免景区开发同质化造成的资源浪费。”王健生指出。

行业协会的成立,还有利于海南的景区抱团发展,共同对外进行促销,通过协会有组织、有主题、有计划地对客源发出景区的最强音。

海南省旅游景区协会成立, 下一步将推动更多旅游行业协会改革 首批40余景区订立公约

■ 本报记者 符王润

7月10日,海南旅游景区协会成立。首批参加协会的40余家海南景区订立公约,强调行业自治、自律、自立,提升行业整体服务水平。旅游景区协会的成立,是海南开启旅游行业协会改革序幕,也是旅游景区发展迈上的新台阶。



行业协会成立,有利于海南景区抱团发展。本报记者 陈元才 摄

能朝着健康、持续的方向发展。陆志远提出,海南要发挥好我国旅游业改革创新实验区的作用,通过自治、自律、自立三步走,创新景区行业协会改革。

而海南旅游景区协会的成立,只是海南推动旅游行业协会改革的一枚探路石。省旅游协会秘书长王健生透露,下一步,海南省旅游委还将推进旅行社行业、导游行业、旅游饭店行业等行业协会的成立。

让旅游景区抱团发出最强音

在推动旅游行业协会改革的进程中,将旅游景区协会作为第一个突破口,也体现了旅游景区在海南旅游中的重要性。

王健生表示,旅游景区在旅游要素中具有极其特殊的地位。首先,景区是一个旅游目的地的核心吸引物,

发挥自治自律自立功能

2013年,海南省政府要求:海南省旅游协会要坚持市场化、民间化、国际化的方向,循序渐进、逐步到位,积极推进旅游景区协会的组建与发展,充分发挥旅游景区协会的桥梁和纽带作用。经过一年的筹备工作,海南省旅游景区协会最终于近日成立。

对于这个刚刚成立的行业协会,海南旅游界寄予厚望。海南省旅游委主任陆志远在旅游景区协会成立当天表示,旅游景区协会成立后,一方面要逐步承担起为各类景区的规划、建设、管理提供全方位服务的任务,承担起行业自律的重任,以及在政府和企业之间发挥纽带和桥梁作用;另一方面,也要加强旅游调研工作,促进旅游景区相互间的交流与合作,当好政府行政主管部门的有力助手,使全行业

■ 饶思锐

海南旅游要吹响集结号

当前,海南各类旅游景区在快速发展中存在着诸多问题,如景区环境保护不力、旅游资源退化、同质化竞争严重、管理粗放等,迫切需要成立相关行业协会,通过开展行业自律,规范行业服务行为等,全面提高海南旅游景区的整体服务水平,促进海南旅游业整体发展水平的提高。

海南省旅游景区协会应运而生,担负起主导和推动全省旅游景区转

型升级的重任,值得拍手叫好。长期以来,海南各个旅游景区既有合作互补的关系,也有相互竞争的关系。外地游客来海南,时间大多较为短暂,不似深度游能将海南玩个遍,所以在景点选择上,去此必然舍彼,如东线、西线、中线就是相互竞争的关系;同时,在景点搭配组合、线路设计上,几个景点又存在着合作共赢的关系,如

抱团取暖。

当然,要避免海南各景区窝里斗,吹响海南旅游发展的集结号,仅仅只是成立一个景区协会还远远不够,还需要我们通过顶层设计,对各地景区打造进行整体规划、科学布局、差异发展,避免同质化竞争,发挥主要景区景点的辐射带动作用;同时,还要强化行业协会对生态保护、文化传承、人才培养等方面的作用,最终促进海南旅游的持续、健康发展。

他山之石

巴厘岛旅游业对海南业界的启示 让本土色彩来得更猛烈些

■ 本报记者 符王润

一直以来,巴厘岛是国际著名的度假胜地,吸引了无数来自印尼国外的游客。而作为拥有类似自然资源的海南岛,能从巴厘岛那里获取哪些发展旅游的经验呢?近日,记者走访了曾经到巴厘岛考察的旅游业界人士,在谈及巴厘岛的经验时,他们都认为,对本土文化和个性化的尊重,是巴厘岛旅游业成功最为重要的因素。

发展和谐旅游

“巴厘岛在印尼的地位和海南在中国的地位十分相似,经济发展水平也都差不多,具有很强的可参照性。”海南省旅游协会秘书长王健生曾于前年在巴厘岛进行了为期半个月的考察,让他印象最为深刻的,是巴厘岛发展旅游的口号——旅游是为了巴厘岛,“这种理念为巴厘岛的旅游发展定下了基调,旅游开发首先是为了富民,而不是为了发展旅游而发展旅游。”王健生表示,这个理念,与目前海南提出的“海南百姓的幸福家园 中外游客的度假天堂”有着同样的宗旨。

王健生指出,与很多地方开发旅游进行大面积圈地,让当地农民整体搬迁不同,巴厘岛的旅游开发是十分和谐且具有可持续性的。“在巴厘岛,你能感觉气氛十分和谐,百姓都十分友好。”王健生以巴厘岛的一个半岛开发为例,“在这个半岛上,一边是高端的酒店群,而一路之隔则是本地人经营的特色餐饮、茶吧、SPA等等。”王健生表示,这两种不同特色的区域完全可以和谐共生,“游客可以在酒店消费,也可以到本地人经营的区域进行体验。”

越本土越时尚

让王健生印象深刻的,还有巴厘岛浓郁的本



巴厘岛的田园乡间。本报记者 张杰 摄

新浪网营销策略 高级经理姜春燕为旅游电商支招: 造一款好的旅游APP

1 设立热门话题

旅游APP可以通过配合旅游消费热点,设立热门话题讨论,主动引导目标群体进行内容共享,使其与企业或是目的地产生互动,继而以体验、有奖转发等方式,以及旅游信息的及时呈现,加速消费者决策

2 设计讲究技巧

为增加关注度,旅游APP的设计也需要讲究技巧,可以通过图片墙的方式,将目的地或是企业的美图以图片瀑布流的方式呈现,游客只需点开图片就能了解图片所承载的餐饮、住宿等具体信息,这些图片也可随时供游客在发布攻略或心情时选用,达到口碑营销的效果

3 一站式的浏览体验

方便游客也是重要的因素,旅游APP需要提供一站式的浏览体验,注重传统PC界面与APP界面的兼容性,而非将PC的设计直接照搬到APP界面上,影响游客的游览体验;旅游APP的内容也要区别于生活类APP的内容,如介绍某个好吃的产品,不仅要介绍产品是什么,也要告诉游客与同类产品的差异,交通到达方式等全面的本地生活化服务指南,更好满足游客的旅行需求

制表/王凤龙

中国国旅(海南)国际旅行社有限公司
整合全球旅游资源·提供高品质服务
台湾游/澳洲游/迪拜游
出游台湾,60岁异地老人,可在本地办理通行证!
旅游热线0898-31978888 400-789-8888

土特色。“巴厘岛的很多酒店并不算豪华,但非常追求本土特色,主题化的特色酒店在巴厘岛唱主角。”王健生介绍,在巴厘岛,任何一个规划都必须有本地专家参与,确保项目开发不能破坏本土文化。

本土文化对国际游客的吸引力,可以从巴厘岛客源结构的比例中得到充分证明——在巴厘岛的客源结构中,国际游客占据了70%的比例。平均每人停留11天,每天的消费是上百美元。而在海南,国际游客的比例只有5%。

王健生介绍,在巴厘岛,乡村旅游发展得很好。巴厘岛找不到繁华城市,但却有很多独特的小镇和乡村。每个小镇和乡村都有其独特的餐饮和娱乐。“在这些村子里,很多农户的小楼房都是游客喜爱的住所,里面往往有小酒吧,有小游泳池,装修和经营都带有浓厚的个人色彩。”王健生表示,正是这种充满个性化的民宅,让大量希望体验乡村生活的外国游客留了下来。

对于巴厘岛对当地民俗和地方特色工艺文化的挖掘,近日到巴厘岛进行了为期6天考察的海南康泰国际旅行社有限公司总经理何鹏也深有体会。在巴厘岛的乌布山区,聚集了大量热爱当地文化的来自世界各地的艺术家和设计师,他们在那里设计出结合了东西方文化的雕像、绘画、服装等作品,展现给到此的游客。“因为有了这种本土文化和西方文化的多元结合,让这个偏僻的山区充满了时尚感和小资情调,因此也十分受游客欢迎。”

森林旅游可增加互动性

和海南一样,巴厘岛的中部也拥有大片繁茂的森林。但相比海南目前单纯以观景为主的森林旅游相比,巴厘岛的森林旅游则发展得更有特色。何鹏介绍,巴厘岛有机地将不同海拔的森林结合起来,因地制宜进行合理开发和综合利用。“在巴厘岛,人们到这里去冲着的不仅仅是森林的景观,还有各种极具挑战性和互动性的娱乐项目,如丛林飞跃等。”何鹏认为,海南要开发森林旅游,可以考虑增加一些互动性的活动,或者有机地将周边的景观融进来,形成一个大的景区,“这点琼海市就做得比较好,将全市当做一个大景区来打造。”

而相比海南,巴厘岛的山区周边高端服务业做得十分精致。“海南最高端的消费都集中在海边,但是巴厘岛的山区也有十分高端的服务。比如很多沿着溪水和峡谷而建的具有私密空间的SPA。”在何鹏看来,海南的中部山区完全有条件进行同样的开发,打造高质量的少数度假区,提升山区旅游的品位。