

尽管以学生为主体的暑期出境游预订已基本尘埃落定,但记者从本市多家旅游机构获悉,7月份出境游预订仍十分火爆,其中日韩、新马泰方向以其极高的性价比成为新一轮出境游的首选目的地,而法国、瑞士、意大利等欧洲列国依旧坚挺,仍是出境热门。在这些出境热门方向中,目的地国家(城市)的“购物季”对我市出境游消费者的方向选择上起到了极大的助推作用。



途牛旅游网度假产品总监魏斌告诉记者，近年来中国游客在出游过程中的购买力已不容小觑，以美国为例，中国Visa持卡人在美的旅游消费额从2009年的7亿美元激增至2010年的11亿美元，从目前的势头来看，2011年的增幅至少会与之持平。众多商家正是抓住中国

游客出境购物这一特点，在中国传统的暑期旅游旺季推出大幅度的打折，不少商品的打折力度直逼圣诞节，打折时限上暑期购物季更是较圣诞季要长很多，这在很大程度上激发了暑期出境游的另一波热潮。

以大力度打折促进购物从而带动旅游成为本季日韩吸引中国游客的重要方式。途牛旅游网度假产品总监魏斌表示，就监测数据分析，中

国游客在韩消费金额，大约是日本游客的两倍。正是这种高消费能力，成为日韩争抢中国游客的重要原因之一。震后的日本目前正处于经济复苏期，国外消费将是一剂强心针，旅游业当仁不让成为首选。震后，日本除了不断出台有利中国游客的出游政策外，目前更是几乎百分之百的百货公司都加入到夏季大减价的活动中，活动持续时间近1个月，夏季服装类产品的减价比例大致在3-5折；而韩国也是不甘落后争抢中国游客，历时38天的韩国首尔夏季购物节已经开幕，涉及到各消费方向，各大免税店和知名品牌折扣店都很有亮点。这样的境外购物季PK，将为中国游客带来优惠。

监测数据显示，除日韩外，新加坡和马来西亚在七八月间也分别推出了“国际大牌特卖会”、“购物嘉年华”等活动，极大促进了暑期购物游的预订。统计数据显示，5-7月新马泰方向预

订人数据节节攀升，7月份截至目前预订人数据较6月份上涨33%，而6月份的则较5月份涨幅在38%左右；“新马泰商家主打的购物季对前往新马泰的自助游游客的吸引力比较大，当然跟团游也会在线路中加入适量的购物行程，不少游客也会要求。”业内人士向记者介绍。央行日前发布的2011年第二季度1400户城镇储户问卷调查结果也显示，从未来消费选择看，41.3%的居民选择未来3个月“准备旅游”，较第二季度上升11.9个百分点，并创下2009年第四季度以来的新高。旅游业业内人士分析表示，在人民币升值及国内通胀压力较大的背景下，出境旅游及购物正被许多人视为较“实惠”的消费选择。不过魏斌提醒以购物为目的的游客，国外购物会牵涉到汇率和出境退税等事宜，在出行前可以就此咨询旅游机构，了解相关政策。

快报记者 杨坤

多国盛夏打折季 助推暑期出境游



南京国旅首批“旅游免费体验大使”前往庐山

免费吃、免费住、免费行、免费玩……一次100%的免费旅游机会，随着首批体验大使的出发，已经成为活生生的现实！

7月5日，首批“旅游免费体验大使”，分别由老、中、青3组大使所组成一行6人，已经正式启程，前往人文圣山——庐山，开始为期4天的“尊贵庐山”旅游体验。这也意味着此次南京国旅发起组织的“旅游免费体验大使”活动，已经正式进入到实施阶段。与市面上常见的一般庐山游不同，此次为期4天的“尊贵庐山”旅游体验，是以休闲、揽胜、养生为主题的“深度之旅”，每天的游程都独自拥有一个分主题，比如：第一天是由美庐别墅群、美庐宴、蒋家菜等组成的历史文化主题，第二天是由含鄱口、五老峰、植物园、花径、白居易草堂、如琴湖、锦绣谷、仙人洞等组成的自然景观主题，第三天是由三叠泉、瀑布、漂流（玩水）、温泉（泡汤）等组成的“水”主题。