

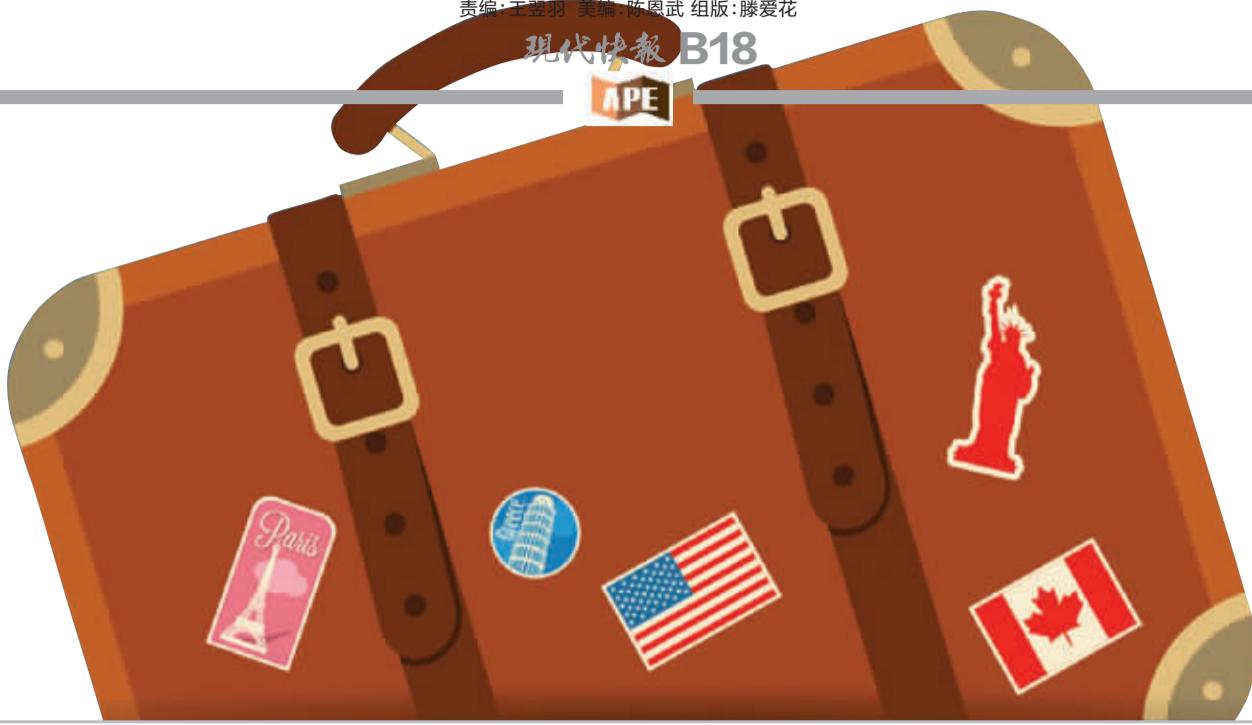
第一关注

The Focus

责编·王雪羽 美编·陈恩武 组版·滕爱花

现代快报 B18

APE



『关注五一消费市场』
系列报道之一·旅游

短途游最热“购物”全取消 特价游卖不过特色游

马上就是五一小长假了，记者从各大旅行社获悉，目前南京短途游市场持续升温，每日报名人数持续增加。据南京旅游集散中心产品经理卞肖肖预计，未来两天内，短途游的报名人数还将会大幅增加。与往年的低价产品热销情况不同，今年短线游的热门产品是特色游。“高铁游、美食游都是很受欢迎的特色游品种，低价优惠产品反倒遇冷。”卞肖肖说。

此前，国家旅游局和国家工商行政管理总局发布2014年版《团队境内旅游合同(示范文本)》、《团队出境旅游合同(示范文本)》等四个合同示范文本，对购物、另行付费旅游项目、违约等行为做出了明确界定和具体操作办法。但是记者了解到，目前南京市各大旅行社还没有启用。

现代快报记者 王立航

报名情况——

**短途跟团游热门
中老年群体为主**

“目前五一市场情况还可以，国内外线路都在收客。夕阳红旅游线路比较受欢迎，十天以上的老年人旅游团报名情况很不错。”新街口某旅行社负责人童先生告诉记者。

海外旅行社的工作人员也表示，目前来看出游的主体是以中老年为主，年轻人群体相对较少。但是根据景区反映的情况来看，景区人数并未减少，所以应该是自由行、自助游的人数增加了。

途牛旅游网监测数据显示，“五一”期间，南京市民预订国内游的人数占总出游人数的比例高达79%，预订“五一”团期周边游的人数占在途牛预订“五一”出游南京市民总人数的58%。南京周边的湖景、乐园等主题游深受市民青睐，其中以“四明山—大竹海—东钱湖2日游”、“千岛湖—森林氧吧半自助2日游”以及“中华恐龙园—恐龙谷温泉2日游”等线路预订最热门。

“27日一天收了一千多个五一的游客，截至28日中午，就已经有500个游客报名，过后两天的报名人数应该还会有很大的变化。”卞肖肖说。目前短途游的市场情况不算太好，但是南京市场有个特点，凡是遇到大型节假日，提前一个星期是看不出来情况的，市民通常会在快要发车的前两天报名。比如今年清明节前的一个星期，收客量只有80台车，临近假期前两天时，收客量一下子达到150台车，之后几天的冲刺量非常大，最后一天的收客量是前几天的三四倍。五一假期只有三天假，受时间限制人们出游更多的是选择周边短途游，所以预计五一报名数量还会有一个大的变化，最后一天的报名量或许会翻倍增长。路线方面，清明假期时，短途一日游是非常受欢迎的。江苏、安徽等地的赏花一日游非常受欢迎。清明假期过后，二日游报名量远远超过一日游，浙江线收客量已经超过安徽线路。浙江旅游产品搭配更为丰富，漂流、瀑布等内容吸引了不少南京游客报名参团。

价格情况——

**部分热门线路涨幅15%
特价游卖不过特色游**

据了解，五一期间的旅游产品价格并没有太大变化，少数热门线路会有涨幅。多家旅行社工作人员都表示，新《旅游法》已经实施了半年，并不会像刚实施时对市场影响很大，市场也在慢慢恢复。百事通旅行社的工作人员告诉记者，五一的短途游产品，很多都在做买一赠一的活动，优惠幅度还是可以的，并没有太大的涨幅。

据途牛旅游网南京分公司负责人介绍，“五一”团期报价与日常基本持平，部分热门线路涨幅10%—30%左右。如“海南5日游”日常报价在2600元左右，“五一”团期报价在3000元左右，涨幅约15%；“厦门双飞3日游”日常报价在2000元左右，“五一”团期报价在2600元左右，涨幅约30%。

“并不能单纯地说是涨价了，而是自费项目全部包含在内。”卞肖肖说。以短途游为例，以前分为半包、全包两个价格，现在只有全包，看起来好像涨价了，但实际上花费并没有增多。以前游客在旅行社交钱交得少，但是路上花费多，到景区还要自费购票，或许还有购物环节等，隐形花费大。而现在游客在路上花费少了，到任何景点都不需要再交门票费用。比如以前交给导游是全票价，现在门票价格是按照团队折扣价加上去的，所以不能单纯地说团费上涨，游客整体的花费是下降的。

卞肖肖介绍，随着自驾游越来越多以及高速的免费，周边游的汽车线跌幅很大。例如浙江千岛湖线路，上周末的汽车线卖得很一般。出人预料的是，高铁线却在热销。从价格上比较，千岛湖两日游的汽车线价格是498元一人，高铁线是788元一人。价格稍高却很受欢迎，可见大家都很喜欢高铁游这种出行方式。同样令卞肖肖感到意外的是，今年短途游的产品组合销售情况和去年明显不同，特色游比特价游好卖。前两年短途游产品都在做特价，买一赠一、特价优惠等活动，低价游很受欢迎。旅游线路的价格优势很明显，同样游玩内容的景区，哪怕便宜10元钱，报名量上就会很不同。而今年特价线并不好卖，相反特色线路很好卖，比如美食之旅、自助游之类的，高铁游也是其中一种。明显感到有活动策划的线路比单纯的特价路线卖得好。

热点关注——

**新版旅游合同暂未使用
旅行社不敢轻言购物**

去年10月份，《旅游法》正式实施，其中有关严禁指定、强制购物的内容引起了很大的关注。今年4月17日，国家旅游局和国家工商行政管理总局正式联合发布2014年版《团队境内旅游合同(示范文本)》、《团队出境旅游合同(示范文本)》等四个合同示范文本，对购物、另行付费旅游项目、违约等行为做出了更加明确界定和具体操作办法，并首次增加了惩罚性赔偿责任。

康辉旅行社市场部朱经理告诉记者，目前康辉旅行社仍在沿用旧版本的旅游合同。对于《旅游法》严格限制的旅游购物这方面，旅行社方面会完全保证游客的知情权，是否参加购物及自费环节都会事先征得游客的同意，签订合同之后才可以进行购物，避免引起纠纷。一般来说，完全无购物的旅游线路价格会偏高，有的消费者出于价格考虑就会选择含有购物或者自费项目的线路。

江苏百事通国际旅行社有限公司运营总监赵薇也表示，目前还未接到使用新版旅游合同的通知，所以百事通也是沿用以前的合同版本。旅行社从《旅游法》实施后就增加两个附件，一个是关于购物、自费环节，一个是关于出行人身安全、身体状况的补充说明。而新版合同还涉及解除合同，遇到不可抗力因素或旅行社已尽合理义务仍不可避免、影响行程的，旅行社和消费者均可解除合同。这对旅行社来说，规避了一定的风险。

“这周旅游局组织要培训，才能知道新版合同具体如何使用。”南京海外旅游有限公司总经理王守璐说。她认为，购物的话，最重要的是保障客人有知情权和选择权，去哪些购物店，停留多长时间，购物店的经营内容，这些都要让客人知道。

和其他旅行社不同，主要做短线产品的南京旅游集散中心已经完全停掉了购物项目。“以前的海宁皮革城线路就完全停掉了。”卞肖肖说。短线游主要以特产为主，不以购物为主，为了避免纠纷就完全停掉了购物环节。

记者就新版旅游合同向南京市旅游委员会相关工作人员咨询，工作人员告诉记者，五一过后将会有针对旅行社专业人员的培训，其中会涉及新版旅游合同的内容，但是关于新版旅游合同的影响，目前暂时看不出来。