

“奥特莱斯”模式撬动市场

旅游电商赔本赚吆喝 旅行社多靠自行消化

秒杀 一元门票、尾单、特价游……实惠性价比的旅游“奥特莱斯”撬动出游大市场。这些低价游到底是从哪来的？为何能做到如此低价？商家到底是为了炒作还是攒口碑？记者进行了一番探访。

本版撰文 现代快报记者 邓倩 马晶晶

来源

为何越“游”越“便宜”？

据了解，当下的旅游“奥特莱斯”，基本可划分为三种类型：尾单、常规特价、旅游网站的秒杀活动。

旅游尾单，通常是指一个团队马上发团，但突然有几个人因事不能随团出发，为了不影响团期，旅行社临时以低廉的价格招徕游客应急。刚刚起步不久的南京本土旅游尾单网站“快闪游”市场部严静怡介绍，他们的旅游尾单大多来自各大旅游线路批发商，出现的临时卖不掉的情况，此外，还有一种情况——旅行社在成团前，大规模包机、包船、包房，承担了销售风险。但到临

发团前，仍有少量余位未满，或是有客人临时退团，为降低损失将余下名额以优惠价卖出。

记者了解到，国内目前不少旅游尾单网站正兴起。一位有10余年旅游行业工作经验的人士对此解释，无论是线路批发商还是旅行社，都不适合破坏自己的价格标准，需要第三方的介入，这才是旅游尾单网站的缘起。

与尾单比起来，特价线路的适合人群更广。无锡玉屏国际旅行社南京分公司总经理魏秀虎表示，这些特价线路出现的最重要原因在于“资源优势”。如某旅行社和景区达成协议，那么它所

得到的门票价格会低于其他旅行社，这样一来，该旅行社给游客的价格便会更低。凭借这样的资源优势，不同的旅行社会有不同的优势产品，可以特价线路的形式进行销售。

另外，若景区自身为吸引人气做促销活动，也会给市场带来特价线路。但这一情况大多出现在旅游淡季，与此同时，淡季时很多旅游机构也将利用闲置资源打出特价线路，促进淡季市场。

记者采访的业内人士均表示，在所有的特价活动中，秒杀活动更是吸引游客关注的“利器”。

低价诱人， 须擦亮眼睛“捡漏”

当特价、尾单、0元、1元旅游等字眼充斥在旅游业时，如何捡到馅饼，避免陷阱，记者采访了旅游业内人士以及旅游达人后，总结出四点消费提醒。

1. 做好万全准备

不少尾单和特价都是“可遇不可求”，如果对此有兴趣的朋友，记得要准备好齐全的出境手续。当然，还要随时能请到假，或者自己能灵活支配时间。这样，如果恰巧遇上旅游尾单，您才可以来一场“说走就走的旅行”。

2. 仔细分辨真假

判断常规特价旅行的真假，首先要看价格是否低得过于离谱，若低价过低，便要仔细留意具体的行程安排，是否包含精华景点，是否有很多自费项目。尾单的真假则应从其周期短和数量少两大特点来分析，如果周期过长，那这笔尾单基本可断定是假的。另一点便是数量，某一个特定尾单所剩的数量也通常不会太多。此外，谨防一些小旅行社机构拿尾单做噱头，其实没有名额。

3. 要签订合同，认真阅读提示信息

即使很多低价游通过网络抢购，但都会在线下签订正式合同。而且，建议消费者不要被低价迷惑了眼睛，选购时一定要仔细阅读提示信息，如“出游日期不包括法定节假日”、“周末发团，如未满10人，会通知取消，介意勿拍”……

4. 大多不能退订

在购买特价旅游产品时，不妨多问一句是否可以退，若因事不能成行，损失是由谁承担。事实上，网上的特价旅游产品，大多都是不可退订的，这在预定时会写在相关条款中，一定要仔细查阅，并确认自己是否可以成行。一旦预定购买了特价产品，则应尽量安排好其他事，不要耽误了行程。

现状

线上推广为主，南京本土推广难

“一元门票”、“900元游香港”……这样让人心跳的价格，你信吗？你敢去吗？你不怕是陷阱吗？“这也是旅游尾单现阶段在南京本地推广，遇到的比较大的难题之一。”快闪游的严静怡无奈地表示，尽快旅游尾单在北上广等大城市已经极其常见，但南京本地市民出游，很大部分还是习惯到旅行社报名，对于低价的旅游，常会质疑。“目前推广主要通过朋友圈和400电话，大多数还是口碑相传。”尽管有难度，但成效还不错，据

其介绍，他们从5月底正式运营至今，每个月进账的流水以3倍增长。

如此低价，还有利润空间吗？严静怡承认，目前很多线路其实都是亏本在卖，也是为了打开销路，让更多人接受旅游尾单。

“我们的尾单产品主要通过微博、微信、网站上不定期宣传等渠道宣传。”携程旅行网江苏公共事务部经理田飞形容旅游尾单“可遇不可求”，如携程推出的一些秒杀产品，快则几秒，慢则5分钟就被抢完。“这些一般都是

亏本的，也是营销必须的方法之一。”

而前阵子非常火热的“一元门票”，田飞称，这是跟景区联合推出的活动，用手机客户端购买，“引导客户用手机消费，也增加了用户的黏性。”

对于旅行社来说，他们会自己推广尾单吗？南京海外·原野国际旅行社总经理王守璐表示，“微博、微信等新媒体为主要推广手段，或自行发给亲朋好友，门店也会销售，但销售速度不够快。”

影响

“伪尾单”“伪特价”越来越泛滥

常规特价旅游和秒杀、及尾单，能撬动出游，对市场起着促进作用，同时也给游客带来了实惠。但随着旅游电商厮杀激烈，打起价格促销战，导致“伪尾单”“伪特价”越来越泛滥。记者在某网站看到泰国5晚7日跟团游，特价只要1200多元，记者联系上该网站的工作人员，询问该产品与正规旅行团一样，还会不会涉及其他收费，该工作人员含糊地表示，一些自费项目和小费不在其中。而这些费用至少要2000元，算下来，所谓的特价游并未多特价。

记者两年前采访一位不愿透露

姓名的旅行社工作者，他表示业内都知道旅行社包机游剩下的最后舱位是最划算的，但出于对销售的考虑，他们并不希望更多游客知道。而如今，随着“尾单”的火热，旅行社已不再忌讳谈论它。虽然从销售角度考虑，他们并不希望尾单的出现，但是近一两年来，尾单二字仿佛有魔力一般，已经成了一种有效的促销手段。

和特价旅游有真假一样，尾单市场上也有不少“冒牌货”。“所谓尾单，它有两个最基本的特点，数量少和出发时间近。但现在一些品质较低，服务标准低的产品也被称为尾单

进行销售，这其实是偷换概念。”王守璐谈道，“正常的尾单并不会对市场造成影响，过于泛滥、尤其是真假混杂的尾单，我认为会影响到旅行社正常产品的销售。”尾单概念普及和尾单市场的大热，可能会造成部分游客专等尾单，而不选择正常的旅游产品，但事实上市场并没有那么多尾单，这又令一些低价旅游产品打着“尾单”的旗号销售，这对于市场的健康发展是很不利的。王守璐建议游客学会理性辨别尾单的真假，划算和便宜固然很重要，选择舒适有品质的旅行也是不可忽视的。

