



# OTA模式正当时 传统旅游商业模式在动摇



在线旅游的自助或半自助的旅游方式受到年轻人的青睐,这一点毋庸置疑,而据艾瑞数据统计,2014年第三季度中国在线旅游市场交易规模达726.4亿元,同比增长20.0%;OTA(在线旅游代理)市场营收规模为39.5亿元,同比增长21.0%。旅游市场的厮杀大战愈演愈烈,传统旅行社是否会旅游电商逼上绝路?旅行社和电商能否共处?谁能在消费者旅游自主性增强的现实中生存得更好?看看传统旅行社的电子商务之路。

现代快报记者  
邓倩 马晶晶



漫画 俞晓翔

## 发展模式

### 方式1:扩大客源量,降低成本

江苏金桥国际旅行社副总经理吴奇泽对他们公司的电子商务发展历程进行了脉络梳理:公司早在2007年便已经意识到网络营销的重要,并于当年针对南京本地创办了“南京人旅行网”,“2007年到2009年期间,这一网站的运行遇到了瓶颈和困难。”收客量的不足甚至让运营网站的成本都难以收回。于是,他们面向华东地区开办了“幻途旅行网”,面向区域的扩大为他们的在线旅行招来了更多客源。

去年开始,他们开始着手考虑和进行品牌建设,并向南京本地一些知名且具有相当实力的本土旅行社输出网络经营能力,提高网站的整体销售能力。“直客端我们投入了90%的精力到在线旅游上,想要打造一个成熟的体系,让我们的在线旅游对顾客具有自身的号召力。”而客源量的不断增大则会降低整体成本,让客户群可以得到更加实惠的价格,2014年预计网络业务销售额将超7000万元。

### 方式2:不走OTA,坚持O2O模式

巧的是,在2007年,中国国旅江苏公司也迈出了发展在线旅行的第一步,据中国国旅(江苏)国际旅行社行政经理高志勤介绍,早在上个世纪90年代初期,国旅总公司就已有针对企业的电子商务模式。

2007年,江苏公司就成立了电子商务部,正式开展在线旅游业务。“困难可以说每天都有,这条路也是在不断地探索之中,但是取得的成绩是显而易见的。电子商务这一块的销售额以每年平均40%的增长速度迅速增长,从最初的几百万,到今年,现在已经有七千多万了。”去年开始,中国国旅(江苏)着手打造O2O(线上线下融合发展)模式,以服务游客为中心,将原先相关度不是很高的门市、网站及呼叫中心进行一个很好的对接,相互融合和补充,最大程度方便游客的需求。

## 大佬观点

### “转型是条必行之路”

“这是在移动互联网大潮的驱动下,传统旅行社顺应时势做出的改变。”对于传统旅行社纷纷“触网”,同程网公关部负责人王女士如此评价,她表示,传统旅行社不会彻底消亡,还有存在的必要性;但中小旅行社就很难做到这种线上的转型,生存空间势必会变得更小。传统旅行社也对这一点有着清楚的认识,“当前智慧旅游都已经成为整个行业的热议,旅游电子商务化的浪潮是不可避免的,我们只能去拥抱它,并与其共舞。”高志勤谈道。

经多方采访记者发现,和大型旅游OTA对比,传统旅行社很清楚自己的优劣势。旅游OTA掌握着非常好的资源,包括各方资本的投入和高端人才的招揽;同时,全国范围的覆盖面和客流量令其可以在供应商那里能得到更好的优惠;另外,消费者有一种“网上东西更便宜”的固有认知,网络购物已经成为社会化的消费潮流。

简言之,价格优势和操作的便利给OTA带来了大量的客流。但在不少传统旅行社负责人看来,标准化的操作却容易让消费者产生距离感,有传统旅行社基础的在线旅游其服务却更加人性化,游客在网上看中某一旅游产品,可就近到门店进行具体咨询和后续报名,获得面对面的灵活服务,而不会出现每次打去客服电话,都遇到不同工号的客服人员的尴尬。

## 相关链接

### 这一场角逐 不仅仅是线上的竞争

几乎没有人认为将会出现某一方独大的现象。同程网王女士表示:“在线旅游的市场空间非常庞大,可以容纳众多的企业并存。”吴奇泽也有着这样的信念:“市场有它自己的平衡能力,只要能灵活应变,跟上潮流,是不会被淘汰的。”

但找准发展方向,仍显得无比重要。当江苏金桥国旅致力于获取更大的客源量和更优惠的零售价格时,中国国旅(江苏)将重点放在了打造O2O模式中。“我们认为应该立足于自己的优势,不能把自己转变成OTA,而应走O2O的发展道路,将线上和线下进行更好的融合。”高志勤谈道。

与此同时,在线旅游也正在将其触手伸到线下。同程网王女士提到,在线旅游业界目前正在形成一个共识:未来成功的旅游企业集团,既要拥有强大的线上揽客能力,更要具备优秀的线下服务能力。从年初至今,同程旅游加大了线下门店的投入力度,除上海、北京、广州三个一线城市外,同程在二三线城市开设了9家线下体验店。除了出发地外,同程旅游还将景区目的地的服务——同程驿站放在了同等重要的战略位置,迄今同程驿站已在景区开设35家。

携程江苏公共事务经理田飞也表示:“我们认为,线下的精益化的服务,是非常必需的一环。”例如开设线下旗舰体验店,游客可以在出行前在线下可以咨询预订付款等等。考虑到海外自助游客的实际需要,目前携程旅游在十几个国家和地区开设了“24小时日不落中文服务热线”,服务内容包括处理客人在当地的紧急突发情况、目的地信息咨询、预订内容咨询、当地游和周边游预订、租车包车、接送机等。据田飞介绍,今年携程成立了地面服务事业部,专门开发运营目的地当地地面的租车、门票、美食等等,满足客人一站式服务的全部需求。

令人欣喜的是,这所有的一切,都将给游客带来更好的旅游体验。不论将来在线旅行社和传统旅行社的发展格局如何,能给游客提供实惠、便捷的旅程,是所有人都希望看到的。