

记者观察

“互联网+”打通服务“最后一公里”的理念为旅游业界普遍认可

“微商”引发线上线下旅行商“圈地运动”

□ 本报记者 付玉婷

继奶粉、化妆品、服装之后，今后旅游产品可能会成为微信朋友圈里另一个刷屏的品类了。今年2月，OTA（在线旅游服务商）巨头之一途牛网上线“途牛微店”，支持普通用户在微信上售卖其产品，短短不到半年时间，跟局者众，其中不乏一些知名旅行社。业内人士预计，传统旅行社有望借此实现“弯道超车”。

会玩微信，就能当旅游“卖家”

携程等OTA以赠送现金红包等方式推广APP的策略从去年开始延续至今，相较而言，缺乏足够资金支持的旅行社则行动缓慢。而在今年这场“微商”圈地战中，省旅游局信息中心主任闫向军认为，传统旅行社的表现可圈可点。

据他介绍，除了途牛、携程这些无线业务一直增长迅速的OTA，我省山东嘉华文化国际旅行社、山东交通旅行社目前也已搭建起自己的微商平台；省外，去年在我省济南开设分公司的凯撒旅游日前联手京东推出“拍拍小店”，众信旅行社于今年4月推出自己的微店平台“掌上店铺”。从数量上看，涉足微商的旅行社已超过在线服务商。嘉华旅游电商部总经理王锴补充道，若非受限于技术开发能力，恐怕还将有更多的中小旅行社参与其中。

记者发现，OTA和线下旅行社圈地“微商”的形式并不相同。像凯撒“拍拍小店”的首批“掌柜”由300余名来自零售部门的专业旅游顾问组成，嘉华的微店平台只允许门市销售、导游和业务操作人员在自己的微信上绑定微店账号，山东交通旅行社目前700余位微店店主除了内部员工就是同旅行社签订了合同的旅游达人。而途牛、携程、众信等OTA打造的则是完全开放的旅游“微商”。记者从携程了解到，有意者只需手机号和身份证号即可开通微店，之后便可从携程的商品库中选择线路，分享到包括微信朋友圈在内的各种社交渠道。若能带来实际的购买行为，按月成交额计算，店主将获得2%-3%不等的现金返佣。

“人人微商”只是噱头

为给微商平台提供更好的支撑，嘉华将去年由技术开发部负责的微信宣传统一归并

至广宣中心进行专业运作。山东交通旅行社则为微店报名的客人提供专属客服，并在微店上开发了行程提醒等多项贴心功能。王锴表示，这种重视程度的提升，可以看作“互联网+”打通服务“最后一公里”的理念在旅游业已被广泛认可。

“社会化媒体大行其道的今天，消费者的购买行为已不单单依靠商家提供的产品和服务介绍，他们更倾向于听取身边好友的消费意见。”凯撒旅游总裁陈小兵接受采访时说，“微商”这个渠道可以最直接地接触用户，并以社交方式有效传播旅游商品信息，从而大大提高了消费者的下单意愿。

“微商”的高性价比为业界掀起“圈地运动”起到了催化作用。嘉华企划部工作人员李潇爽出具的一份最新数据显示，6月20日至7月3日，来自微店的客户咨询数量共计38人，来自报纸、电视的客户咨询加起来共40人，而微店的成本远远低于后两个渠道。

消息通达度高、覆盖面广、成本低……

做旅游“微商”的甜头着实不少。不过，考虑到旅游产品的特殊性质，有人指出，“人人都能当‘掌柜’”恐怕只是一种噱头。

山东交通旅行社电子商务中心总经理曾庆辉认为，因机票价格上涨等各种突发因素，旅游产品经常会面临调整，普通人加盟的微商，对类似事件的认知、响应能力会比较欠缺，由此难免产生纠纷、误会。闫向军则提到，旅游作为一种组合产品，所涉及的环节和要素众多，多数人需要在反复咨询、确认后才能下定决心，微店店主若不具备类似旅游顾问的表达和解决问题的能力，单纯依靠朋友间的信赖关系，恐怕成功率不会高。

“微商”或助传统旅行社“弯道超车”

跟那些风靡于朋友圈的面膜、服装等产品相比，旅游并非长期、重复性质的消费品。曾庆辉表示，为提高“微商”的活跃

度，山东交通旅行社采取在旅游的大框架下主打酒店、机票、门票、海外代购等高频消费品的方式，并定期提供攻略、游记、线路推荐等服务内容，现在每天阅读量在7-8万，转发量则有3-4万。嘉华国旅鼓励店主们推送近期旅行社的主打线路。“选对了路子，能让‘微商’互动性强、信度高等优势发挥出1+1>2的效果。”曾庆辉说。

业内人士指出，随着旅游“微商”战火越燃越旺，OTA与传统旅行社之间的竞争关系也将进一步发生演变。随着OTA的许多技术优势逐渐普遍化，一些传统旅行社和OTA的关系会逐渐由合作伙伴转向竞争对手。今年4月底，众信等17家旅行社以不合理低价为由集体抵制途牛，之后，酒店行业也爆发了多起线上与传统旅行社“闹分手”的消息。

“至少在北方，消费者还是更接受有着实体店资源的旅行社。”曾庆辉表示，如果能把握好这次机会，线下旅行社有可能借此打个漂亮的翻身仗。



章丘首届龙山树莓采摘节开幕

□ 记者 付玉婷 报道

本报章丘讯 7月11日，章丘首届龙山树莓采摘节在龙山科技园开幕。活动将持续一个月左右，除了体验采摘乐趣，市民游客还可在园区中品尝树莓奶昔、果汁，并购买各种树莓深加工产品。

据介绍，创建于2012年的龙山科技园是济南首家以树莓为特色的小浆果采摘园。目前，科技园带动了十余名大学生回乡自主创业，成为促进当地农户致富的主要农业板块。

台儿庄古城 获省政府授权景区综合执法

□ 记者 高晓雷 报道

本报枣庄讯 近日，记者从台儿庄古城景区了解到，台儿庄古城获省政府批复，成为全省三家开展相对集中行政处罚工作试点之一，具备了合法的执法主体资格，为深入推行景区综合行政执法，规范旅游市场秩序迈出了重要的一步。

据了解，台儿庄古城开展综合行政执法试点工作，将集中行使市容环境卫生管理、城市规划管理、城市绿化管理、市政管理、环境保护管理等十一方面的处罚权。

沂南旅游牵手同程网 设立网上旗舰店

□ 记者 付玉婷 报道

本报沂南讯 沂南县旅游局牵手旅游电子商务平台同程网联合设立的同程旅游“向沂南、心怡然”沂南旅游旗舰店日前正式上线运营。据介绍，这是今年沂南县旅游局与同程网战略合作的重点项目之一，也是沂南开展在线旅游营销、实现旅游产品在线销售新突破的重要内容。

网友从同程网首页进入旅游局合作页面，登录“沂南旅游旗舰店”即可通过视频、图文等方式直观了解沂南旅游资源，并轻松实现“沂南旅游一票通”、景区、酒店一站式在线预订。

黑虎泉泉水直饮点 7月底改造完成

□ 记者 付玉婷 报道

本报济南讯 趵突泉和五龙潭景区内的泉水直饮点目前还在改造。记者采访了解到，为方便市民取水，园林部门将在黑虎泉新建一处泉水直饮点，工程预计于本月底完工。

据了解，黑虎泉南侧虎泉阁的泉水直饮点目前正在加紧施工。根据现场公示牌介绍，直饮设备间占地25平方米，设计为仿古建筑，框架结构，小青瓦叠顶。按照计划，黑虎泉直饮点将于本月底改造完成，如今只待天公作美多来几场有效降雨，好让市民游客尽情品尝黑虎泉泉水的味道。

峰山景区 面向全国征集书画作品

□ 记者 高晓雷 报道

本报邹城讯 记者从邹城峰山景区了解到，为扩大峰山道教文化名山知名度和影响力，即日起邹城峰山景区、峰山白云宫联合开展书画作品征集、展览活动。

作品要求以弘扬传统优秀道教文化为主题，内容为《道德经》《孝经》等著作全文或节选和富有道教文化内涵的书画作品。书法作品尺寸不限，抄经作品书体格式限定为小楷，其余作品书体格式不限。征集截稿日期为9月30日，对征集到的优秀作品将于11月4日在邹城峰山景区集中展出。

养生文登四季游暑期游推荐③

温泉养生 仰望星空，“醉”卧泉池，“只羡温泉不羡仙”

□ 周甜甜 王波

文登是一个上天格外眷顾的地方，不但有山、有海，更为难得的是，山东省17处天然温泉，文登独占5处，且水温适宜，水质优良，富含多种矿物质，康疗作用突出。

传统观念上，人们一般选择享受冬季温泉带来的舒适，但是近年来，夏季泡温泉越来越受到乐活一族的青睐，并成为健康养生新风尚。炎炎夏日，邀上几位亲朋好友，寻找一处风景优美的温泉度假村，远离喧嚣，一路溯溪而上，脚下踩的是清流碎石，身旁掠过的是清幽宁静的溪谷，脚下的清凉带给了所有溯溪者前所未有的畅快。

夏泡温泉也能健康消暑。正如夏天用温水冲凉比用凉水更能带走体内的热量，使人感觉凉爽一样，夏季夜泡温泉，出汗之后在清风中散尽全身的暑气，更有益于身体健康。所以夏夜泡温泉是一种“顺四时，适寒暑”的健康消暑休闲方式。

夏天泡温泉也是很好的排毒方法。温泉水里氧气、偏硅酸、硫化物、氟、锶、锂等含量



△文登汤泊温泉室外池

恰到好处，在洗温泉过程中，这些物质经吸收后部分渗透到体内，进而使血管扩张，改变皮肤的酸碱值，起到改善皮肤、养颜美容的独特功效。

目前，文登的两处温泉已经成功打造成为



△文登天沐温泉一瞥

4A级旅游景区。汤泊温泉度假区是按照国际五星标准倾力打造的一家集天然温泉、休闲娱乐、商务洽谈、会务接待、温泉养生社区为一体的超大型综合性休闲度假村。温泉水四时喷涌不竭，温热若汤，水质清新甘美，水体澄明

清澈，雾气蒸腾缭绕，置身其中，香气四溢，仿佛仙境一般。汤泊温泉涌量大、温度高、水质优越，水中含有多钟对人体有益的宏量元素和微量元素，是典型的淡水温泉，可饮可浴，是内外调理的“双泉疗养水”，在国内首开

□ 刘英霞 报道

“内饮外浴，双泉疗养”之先河，达到保健疗养的倍增效果，有“温泉中的极品”之美誉。天沐温泉度假区集温泉养生、会务观光、休闲度假为一体，园区东依崂山西傍鼋鼋湖，周边苍松翠柏，碧波荡漾，水鸟飞翔，构成“金龟探海”“矫龙腾飞”之景观。度假区以“浴森林温泉、住亲水客房、吃绿色食品、吸清新空气”为主要特色，先后获得中国温泉酒店星光奖、胶东地区最有潜质的旅游度假区等美誉。

试想，夏日的星空下，山坡林间，一个个热气氤氲的泉池，你的脚步声惊动了熟睡中的月老，蒸腾着袅袅的温泉水，映着璀璨的星空……诗意不浪漫否？



文登旅游微信



新浪微博二维码

Advertisement for 'Summer Cool Coastal Travel' (暑期清凉海滨游) featuring 'Xixiakou' (西霞口) and 'Shan Shou' (山头). It includes QR codes, contact information (0631-7834888), and details about a 'Turtle and Rabbit Race' (龟兔赛跑) event on July 13-19th. The ad also mentions 'Sea Horse Island' (海驴岛) and 'Shan Shou National Scenic Area' (山头国家级风景名胜区).