

旅游局整治“不合理低价游” 668家企业首批签承诺书

旅游消费:少了狂热,多了理性

核心 阅读

自2009年“双十一”消费狂欢节诞生至今,11月11日已成为电商行业和网购者们的年度盛宴,“双十一”也变成了打折促销低价便宜的代名词。旅游业也不例外,活动当天,价格优势成为旅游产品最抢眼的标签。但是,一味追求低价能否保证产品质量?“双十一”只是旅游业营销常态的一个集中表现,“不合理低价游”已积弊多年。国家旅游局近日重拳出击“不合理低价游”,有9家旅游企业被批评,668家旅游企业签订《旅行社诚信经营承诺书》。在此环境下,今年“双十一”旅游消费已经少了狂热,多了理性。



旅游竞争趋于冷静

去年“双十一”期间,各大旅游电商都竞相推出各种“促销”“特惠”产品。某在线旅游网站主打“尾货任性游”“要玩要低价”主题,推出限时秒杀;还有旅游网站上演1元、9.9元、11元景区门票秒杀活动。众多打破底价的促销行为,留下重重隐患。有的供应商让利平台补贴,以次充好,导致游客与旅行社的纠纷;有的电商先预售产品,再用人头数与供应商谈判折扣获取低价,存在不成团风险……

对比发现,刚刚过去的“双十一”,各大旅游网站的低价促销,趋于冷静和理性。在

营销口号上,“直降”“跌破”等字眼已难觅踪影,打折让利的方式变成了“代金券”和红包。还有的旅游网站甚至没有了“双十一”的字样。

在中青旅首席品牌官徐晓磊看来,旅企利用“双十一”进行恶性竞价的原因在于“一些中小旅游企业,他们还处在成长期,期望用一些非常规手段来扩大规模。”他认为行业主管部门与市场主体企业之间应当形成良性互动,行业主管部门要发挥严格管理的职责。市场对他们都是开放的,但是应当“宽进严出”。

“不合理低价游”并不“低价”

旅游出行,玩一样的景点,花更少的钱是每个游客的梦想。但是,过度追求低价,以至“不合理低价”,最后不一定划算。

北京游客张女士曾参加过一次低价港澳游,6天行程共800元。“之前的朋友还去过600元的低价团,甚至有的低价团才收

费两三百元。”张女士在接受采访时说。

张女士参加的这次低价港澳游一共参观了6个景点,剩下的时间都用于购物。“总体来说,还是购物的时间长,玩的时间少。而且,旅游团大多都是上午拉着我们去购物,因为上午我们精力旺盛,下午尤其是玩

完以后再去,就没有心思去挑选那些商品了。”张女士还透露,低价旅游团还存在购物太少,被导游甩脸子的现象:“我们团刚开始买得不够多,导游很不高兴,会给我们甩脸色,说话也很不好听,直到我们又重新返回店内,买了一些金银首饰和名贵手表,达到

了他对我们的‘消费期望值’,才转变脸色。”张女士身边的朋友,在低价游中吃亏的并不少。有的朋友参加了200元团费的旅行团,却被怂恿购买了两三万元的当地特产。实际算下来,不合理低价游的团费并不“便宜”。

齐抓共管“不合理低价游”

面对“不合理低价游”的顽疾,近日,国家旅游局下发了关于组织开展整治“不合理低价游”专项行动的通知。通知决定,在全国组织开展为期半年的整治“不合理低价游”专项行动,遏制“不合理低价游”势头,引导旅游企业诚信经营。9家旅游企业被点名批评后整改。此次行动力度之大、范围之广,凸显了国家规范旅游市场的决心。这一决定也得到了行业协会和广大旅游企业的积极响应。国家旅游局统计显示,截至11月2

日,全国共有23个省区市的668家旅游企业与各地旅游协会自愿签订了《旅行社诚信经营承诺书》,承诺诚信经营,自觉接受监督。同程旅游是此次被国家旅游局点名批评的9家旅游企业之一,被批评后立即加入整改序列,并自愿签订了《旅行社诚信经营承诺书》。同程旅游方面表示,企业积极配合国家旅游局的专项行动,已经下架了100多条涉嫌低价线路,同时,多途径继续清理不合理产品。对于导游强制购物的行为,企

业也将优化导游的薪酬设计,对屡教不改的导游立即辞退。中青旅也是首批自愿签订《旅行社诚信经营承诺书》的企业之一。签订承诺书后,该企业也开展了一系列自查,下架了五六十条涉嫌“不合理低价游”的线路。

打击“不合理低价游”不仅需要相关部门监督以及旅游企业自觉,还需要调动各种社会力量齐抓共管。国家旅游局在此次整治“不合理低价游”专项行动的通知中也

提出,要按照“属地管理、部门联动、行业自律、各司其职、齐抓共管”的原则,建立旅游行政主管部门对旅游市场执法、投诉受理工作的有效协调机制。同时,欢迎广大游客监督。

特别关注

主题公园人气旺 自由行是主力军 中国旅游景区格局生变

中国旅游研究院近日在京发布《中国旅游景区发展报告(2016)》显示,当前主题乐园已超过山水景区,成为中国游客最普遍接受的游玩景区类型。由观光景区主导的产业格局已明显改变。

2015年底,全国A级景区超过7000家,其中5A、4A级景区共1500多家。以故宫、黄山为代表的经典景区依然有强大的旅游吸引力,但更多新类别景区的出现,代表了产业新的发展趋势。华侨城、海昌、长隆等中国特色的主题公园越来越受到年轻游客的欢迎,2015全球十大主题公园排名中,中国已占4席。乌镇、丽江等休闲度假景区也为游客所向往,北京798、成都东区音乐公园、大连15库等开放式文化创意地

备受游客青睐,旅游综合体也日益成为游客旅行的热点。

报告显示:2015年中国景区企业的经营景气指数高达149.53,远高于饭店、旅行社等产业,其接待人数、预订、工资水平等指标景气值较高。景区对未来的信心值为151.18,处于旅游各业态最高水平,企业看好发展前景。

在中国旅游消费高速增长的推动下,全国景区游览花费也持续、快速增长。2015年国内游客花费结构中,景区游览花费增长规模约为2400亿元,比2011年翻倍。旅游研究院调查显示,游客对景区消费环境满意度持续提高的同时,也提出了休闲、度假和专项旅游等越

来越多的新需求,休闲度假和观光旅游并重的局面初步显现。景区消费总体增长的同时,消费结构也发生显著变化:自驾为主的自由行占景区接待游客总人数的75%。游客对景区需求发生变化,休闲、度假和专项旅游等新需求越来越多,度假、休闲和娱乐由2004年的19.7%变为当前的24.4%。

报告对2015年景区投资进行了分析。随着旅游产业体系的发展和完善,资本特别是社会投资的作用将越来越显著并最终处于主导地位:民营资本成为景区投资主力,行业兼并重组热情高涨,产业投资呈现规模化发展趋势,新兴业态大量涌现。

中国旅游研究院院长戴斌指出,近年来中国景区产业主体的增加、消费结构的变化以及社会资本的参与,均显示景区产业的开放式发展方向。在A级景区的体系之外,主题乐园、度假区和各种非传统的、创意的景区景点已经取得同等的产业影响力。投资主体多元化特别是以迪士尼为代表的主题公园创新给国内景区企业带来前所未有的挑战。

目前,中国景区面临广大散客在目的地消费多元化和体验生活化等方面的新需求。文化创意和科技应用与旅游业,与景区景点的融合创新还处于市场导入期,还有一个艰辛摸索和经验积淀的过程。

美食大观

金沙泡椒

记者 赵晓丽



每年冬天,特别是临近年根儿,不知道是天冷了就爱忆苦思甜,还是寒风呼啸的日子里街头巷尾的小吃太过暖心,总是叫人想起小时候吃过的哪些美食,比如奶奶亲手做的金沙泡椒。

我的老家在崇阳县路口镇金沙坪村。那里高山条件独特的气候下生长出来的金沙辣椒个大肉厚,且种植中未喷洒任何杀虫剂,可以说是真正的绿色食品。

每年辣椒成熟的季节,奶奶都会做一些泡椒。用质朴而透明的玻璃瓶装上红红的、切成片的辣椒,我跟弟弟看着垂涎欲滴。

奶奶通常是一大早就起来忙活,选用肉质鲜嫩的红辣椒,切好后,洗净晾干水分。烧一壶热热的开水,放凉,将少许八角、桂皮、冰糖、大曲等调制好,与辣椒一起放进透明的泡菜坛子密封,这样才能完整地保存住泡辣椒的风味。

过了两三个月,奶奶拗不过我跟弟弟的馋意,小心地打开盖子,挑一点出来,放在桌子上,配上其他的菜,别有一番风味。

泡椒是看上去不辣,刚开始吃也不辣,越嚼越辣,送到舌尖后更辣,下咽时厚积薄发辣劲十足的一碟家常菜。入口的脆劲让人赞叹,也让人来不及多想,只能任由麻辣鲜香等滋味在嘴里忙前忙后。酸得这样爽快、辣得这样彻底,香得这样诱惑。

后来,奶奶年纪大了,她很少做泡椒了。但曾经那一排排没有华丽的包装的坛子,却始终在我记忆里浮现。这份记忆由里到外地透着亲切,带着浓浓的回忆贴上了岁月的标签。

我想,这些美味在时光的荏苒中,不仅沉淀了它们独特的味道,更多带给我直抵内心的感动、温暖和关怀,美味早已不是味道本身,而是对过去无忧时光的无限怀想。

出行贴士

初冬老人出游需注意

时下正是银发旅游的出行旺季,对于老年人来说,外出旅游感受大好河山的同时,更要注意身体健康。尤其是这种季节交替、温差较大的初冬季节,出门旅游就更要注意了。

1、出门之前最后做一个身体检查,根据自己的身体状况选择出行的远近和适合自己的旅游景点。

2、随身携带平时必须服用的药物,还有治疗感冒、腹泻、晕车以及治疗头痛的药物最好也要预备一点,还有就是精简随身行李,一些不是特别需要的物品尽量少带一些。

3、初冬季节早晚温差会比较大,老人身体的免疫力和抗病能力也会下降,要随气候变化增减衣服,以防受凉生病。

4、旅途中的用餐也尽量以清淡为主,多吃蔬菜水果,不食用不卫生、不合格的食品饮料,以免病从口入。还要注意尽量在驻地用餐。

5、长途旅行时一定要选取火车卧铺或者飞机等快捷舒适的交通工具,而且行程安排不要太紧,控制合理的运动量。

6、住宿条件不求奢华但一定要舒适、安静,以保证有个良好的休息环境。睡前最好用热水泡泡脚,睡时将脚和小腿稍稍垫高,以防下肢水肿。

7、出游购物一定要谨慎,不要盲目轻信别人,切忌冲动从众,还要提防那些江湖术士的所谓驱邪避灾、包治百病的骗术,管好自己钱袋,以免上当受骗。(本报综合)

通城县地税局:

个税全员全额工作成效显著

本报讯 通讯员吴芳报道:今年以来,通城县地税局为实现个税全员全额申报全覆盖,加强督导申报力度,申报工作取得显著成效。自2016年8月份考核以来,已连续4个月在全市地税系统领先。

2016年8月,该局率先完成个税全员全额申报考核任务;9月、10月申报率分别为96.27%和97.47%;截至本月21日,通城县个税申报691户,占应申报总数的96.24%,申报人数12951人,为地方贡献税收70.18万元。

据悉,为抓好此项工作,该局稳扎稳打,除做好网络、移动媒体、显示屏宣传外,更是积极动员税管干部下户到企业进行实地辅导、答疑、解释,在纳税人排忧解难的同时,也与纳税人之间建立了良好互信。

Advertisement for XN News Wechat account. Includes QR code and text: '关注咸宁新闻网微信 xnnews', '更多精彩活动和免费礼品等你来'.

Advertisement for Xianning edition of Hubei Handheld Edition. Includes text: '湖北手机报 咸宁版 Xianning 掌阅天下,心知咸宁', '订阅方式: 移动用户编辑短信xn到10658567 电信、联通用户编辑短信xn到10622766'.