



胡润摄

旅游误区

“上车睡觉,停车撒尿,下车拍照,回去一问什么都不知道。”这句顺口溜多多少少反映了一部分游客在跟团旅游后的感受,随着旅游需求日益多样化,人们越来越不愿被导游牵着鼻子走,私人定制旅游正在成为一种旅游需要。

听到私人定制,人们不禁会问:私人定制旅游会不会比常规团旅游费很多?私人定制旅游就是高端旅游?“私人定制旅游不是高端旅游,这是两个概念。”北京畅通国际旅游有限公司总经理路辉近日接受本报记者采访时说,“定制游其实是旅行社的一种服务,根据定制的内容和标准来决定消费多少,定制游的费用并不会比常规游的费用高出很多。”

定制旅游高端却未必高价

如今,私人定制旅游是国外非常流行的旅游方式,能够完全按照游客的需要来安排出行时间,选择符合游客品味的酒店及舒适交通工具,最重要的是游客能按照自己的喜好来安排旅行内容。

路辉说,如果一家3口或4口人不想参加大团出游,选择定制旅游交通费可能高些,但食宿方面不会有太大差别。比如去美国深度自驾游,如果定制游12天,机票、食宿、租车等全算下来一人不到1.5万元,而且全程没有自费项目、购物环节。

采访中记者了解到,私人定制的旅行方式属于个性消费,完全按照消费者的需求进行行程的安排,酒店和出行方式的选择,自由度高,私密性强,紧紧贴合消费者,而在消费者做出的一系列选择,决定了此次旅游的消费水平。例如,不选择星级酒店,而选择舒适性的酒店就可以有效的降低费用。私人定制时一起出行的都是较为熟悉的亲友,无论是生活方式,还是思维习惯都更为容易融合在一起,并且能更好的沟通和管理,在交通方式上选择公共交通,既能欣赏城市的美景,又能减少交通上的花费。

“而高端旅游则指的是坐头等舱,旅行车接送,住国际连锁5星级酒店,指定餐厅用餐,有可能一个人10万元都不够。”

北京畅通国际原来主要做会议产品,2013年公司开始转型重点做大众定制旅游产品,路辉认为,不同于传统意义上的旅游报名参团,私人定制旅游更讲究对游客需求的把握,最重要是满足消费者的体验需求,设计的产品要给客户留下一个特别美好的印象。

定制旅游正成为一种时尚

定制旅游业务源于欧洲,英国、法国等国家率先将专属的私人定制作为一种时尚的个性化消费方式在中产阶级中推广,继而扩展到全民的旅游热。

在我国,私人定制旅游也并非最近才出现。但真正热闹起来,还是从这两年开始,市场潜力巨大。据记者对一些旅行社采访发现,过去一年到头没多少人要求个性定制线路,成行的几乎没有。但现在越来越多的人到旅行社咨询定制旅游,组团成行的比例也越来越高。

北京畅通国际从2013年转型以来,私人(家庭)定制产品占到公司业务35%,主题定制占到45%,高端定制占8%,可以说,定制旅游业务已经占到公司业务的80%。路辉认为,今后的旅游发展趋势一定是定制旅游。

目前,旅游定制产品最受欢迎的群体是中青年,中年群体更注重舒适性,私密性及目的性;青年群体比较注重体验感受和自由性。从年龄段来划分的话,老年群体也会参加主题定制旅游,例如:健康,养生,文艺交流等。

路辉告诉记者,私人定制旅游最少2人就可成行,6个人或10个人比较经济合算,因为10人航空公司就可给团队票,6人私人定制旅游则可进行机票组合,比如有6个人需要自驾游,另外有4个人想看风景,他们都是12天假期,那么旅行社就可以通过协调把他们合在一起出团体机票,下了飞机后两组人分开玩。

有人说,相对大众旅游来讲,定制旅游是在舒适的状态中享受心灵的宁静,体验自由旅程的无限风情,是一种更加完美的生活方式。



李超摄

来一趟不可思议的印度之旅

和中国一样,印度是历史悠久的文明古国,旅游资源极其丰富,印度有32处世界自然和文化遗产。雍容华丽的泰姬陵,气势恢宏的红堡,巧夺天工的埃洛拉石窟,都令中国游客流连忘返,印度的歌舞、瑜伽、电影,也为中国人民所喜爱。

近日,印度驻华大使馆举办中国“印度旅游年”开幕式,这标志着为期两年的中印互办国家旅游年活动正式开始。中印两国互办旅

游年是习近平主席去年9月访印期间与莫迪总理达成的重要共识。根据共识,2015年在中国举办“印度旅游年”,2016年在印度举办“中国旅游年”。

中印两国人口加在一起占世界人口的三分之一,但是,两国人员往来的规模还远远不够,2014年1~11月,印度旅华人数为64.56万,增长3.6%;中国公民首次访问印度的人数为12.46万,同比下降4.23%。

有一定经济基础,希望利用年假在英国特色小镇享受幽静的旅游生活。

众信旅游欧洲部产品负责人安琳琳对赴英旅游市场分析时说:“从众信旅游相关数据不难看出,国人赴英旅游人数每年都呈现明显上升趋势。以2014年为例,众信旅游除涉及英国的欧洲联线产品外,选择赴英国一地旅游人数便达5000余人。在2015年英国旅游年期间,这一数字还将有进一步的显著增长,预计将达到10000人。长期以来,众信旅游与英

众信旅游“万人英国旅游年”启动

自伦敦奥运会以来,英国成为备受国人青睐的出境旅游目的地。近年来,英国签证不断传来利好消息,国内当红艺人周太伦在英国约克郡举办婚礼再度掀起了赴英旅游热潮。近日,众信旅游宣布“英国旅游年”年度大型系列活动全面启动。在2015年,众信旅游将推出全面升级的系列英国产品,力图在英伦风潮中进一步助推赴英旅游发展。

有数据显示,英国深度游备受国人亲睐,特别是年龄段在35岁至55岁的中年人,他们

有一定经济基础,希望利用年假在英国特色小镇享受幽静的旅游生活。

众信旅游欧洲部产品负责人安琳琳对赴英旅游市场分析时说:“从众信旅游相关数据不难看出,国人赴英旅游人数每年都呈现明显上升趋势。以2014年为例,众信旅游除涉及英国的欧洲联线产品外,选择赴英国一地旅游人数便达5000余人。在2015年英国旅游年期间,这一数字还将有进一步的显著增长,预计将达到10000人。长期以来,众信旅游与英

这次去悉尼探亲,儿子一家带我们去作新西兰自驾游。七十有五,试当驴友,再加上田园牧歌,觉得新鲜,便一路在手机上微信里写了日记,居然得到不少点赞,就整理了一下。

自己采买当大厨

飞机抵达新西兰南岛的最大城市基督城,儿子在机场花800多新元办妥了租车手续,我们5口即坐上7座SUV直奔住地。

这是一个花园城市,旅店也花团锦簇,赏心悦目。住处是一大家庭大套间,开放式厨房里天然气洗碗机炊具碗匙俱全,很合老伴心意。听儿子说一路的住宿点都这样,更正中怀,她自告奋勇担当大厨。于



途中野餐

一个75岁驴友的新西兰体验手记

□瞿祖虞

是,我们浩浩荡荡地去采办,街上华人商店不少,连糟卤这样的上海调料都有,自然心满意足。

参观首选此地的地表性建筑——基督城大教堂,我见过照片,19世纪建的,有英国哥特式的高耸塔尖。赶到一看才知,断壁残垣!说是2011年那场地震祸害至此,但我心里叨咕:都4年过去了还没修复?只有400多万人口的新西兰真和我们没法比!

快快走开,发现紧挨着的小广场上,高大的杯形不锈钢雕塑千禧塔以及五彩缤纷的鲜花小屋,十分养眼,似乎都在诠释与展示传统与现代、人类与自然的和谐共处。特别是地上那颗硕大的国际象棋,鲜艳夺目,正吸引着一个小小点女孩在摆弄,大人在拍照,怡然自得。听介绍,此棋摆设多年,一直无人看管,却未见损坏,更无丢失。



探险库克山的冰川与冰山

春节假日将至,国家旅游局发布出游提示:

安全出游 防范风险

游客在行前要密切关注并了解旅游目的地的天气、卫生、交通、自然灾害、社会治安等情况,外出旅游时听从导游或领队人员的安全提醒,留意交通、治安等安全风险。选择适合自身条件的旅游项目并尽量避免独自从事探险旅行。视自己的身体情况,选择旅游目的地、旅游线路、旅游产品,避免在不安全海域、水域游泳,尽量结伴活动并配备救生设备。外

街道似“挂”在天边

出基督城后一马平川,儿子儿媳轮流驾车,直奔但尼丁。

尼丁是个小山城,绿树丛中,精致的建筑错落有致,赏心悦目。住下以后,我们去参观因坡度很大仍然住家店铺密集而入吉尼斯世界纪录的鲍德温街。果然,名不虚传,我们走到跟前已气喘嘘嘘,那街道似“挂”在天边,让人望而生畏,不由得升起对生活工作在此的人们的敬佩之心。

回头又欣赏了因历史悠远而闻名的新西兰第一教堂及中央火车站等等景点,只见蓝天白云下典型的古建筑,别有风致的现代民居,整齐的街区,不多且显轻松



途中野餐

自在的行人,一派悠然之风,尽显安详的天地人。

皇后镇汉堡“比脸还大”

早有“最美不过皇后镇”一说,这次亲临,方知此言不虚。第一眼惊到的是这个小镇怀抱的瓦卡蒂普湖的水面,那样洁净,那样湛蓝,那样静谧;再看小镇背靠的群山,近的苍翠,远的伟岸,分明有油画的即视感;刚看云雾绕山腰,又见彩虹挂峰顶……如此这般,难免幻觉顿生,疑在仙境。怪不得《魔戒》、《纳尼亚传奇》、《X战警》等



基督城街头的国际象棋

国家旅游局发布春节出游提示

出时请尽量使用银行卡,不要携带大量现金,注意看管好随身携带的行李物品,避免丢失。出境旅游遇突发事件时保持冷静,并及时与当地警方和中国使领馆联系。

文明出游 当好使者

广大游客要从自身做起,遵守《中国公民

出境旅游文明行为指南》和《中国公民国内旅游文明行为公约》等文明行为规范,遵守相关法律法规,尊重当地的风俗习惯、文化传统和宗教信仰,自觉遵守公共秩序和社会公德,爱护环境,举止得体,文明出游,争做文明旅游者。

签证、旅游航空等便利化,让两国游客互访更便利、更温馨。

此外,旅游年期间,中印双方还将联合打造一批受两国游客欢迎的旅游产品和线路,如与公元7世纪中国僧人玄奘相关的旅游产品和线路。对于亿万中国人来说,唐僧使徒到西天取经,是植人民族集体记忆的美好童话。我国还将支持民航企业开辟更多的直航航线,增加更多航班,鼓励企业赴印开展旅游业的投资合作,拓展领事保护、紧急救助、游客保险等方面的合作,全方位提高中印旅游品质。此外,在两国高层的推动下,印度签证限制有望放宽,出入境手续将得到简化,语言、饮食、通信、金融等方面的服务也将得到提升。(魏文)

跟团电影去旅行,也是备受国人喜爱的旅游项目之一。今年众信旅游将推出外景地拍摄现场一地游,让游客亲历《哈利波特》、《尼斯湖水怪》等电影拍摄场景,重拾人们对电影的美好记忆。

除团队游产品的全面升级外,为给游客更加多样化的出游选择,众信旅游在2015年“英国旅游年”期间也将推出乐活英国半自由行、英国自由行、单项英国个人旅游签证等产品,全面满足游客赴英旅游的需求。

今年中国国际航空公司与众信旅游继续合作。国航表示,为了满足国人出境旅游需求,国航今年将新开9条航线,其中英国是每天两个航班。

(姬薇)

许多大片都在这里取景。

可贵的是,虽然游人如织,街上并不因为商业化而变得世俗,依然纯朴自然。如果说看瓦卡蒂普湖似在说一个爱情故事,那么走进皇后镇像在读一篇抒情文章,那样亲切妩媚,让人觉得很有教养,就是应该亲近的那个。得,多住几日吧!

住下来就未能免俗,忘不了舌尖上的享受。

皇后镇1.8万人口,却游客翻番,可想而知吃货有多少,因此当地餐饮业发达。我们听说镇中心最高峰之顶的餐厅很有档次,缆车加美食兼观夜景每客标价86元,便毫无商量地扑了过去。泊车处抬头即见诱人之路极陡,但缆车带我们直奔主题。果然,大虾、三文鱼、烤肉、煎鱼等等美味丰富多彩,各取所需,卡布其诺之类饮品可以自己制作,情趣盎然。只是天公不作美,山下的灯火辉煌全泡了汤!

又闻本镇有一汉堡“比脸还大”,味道特别,便到处寻觅,见一门脸不大的店门口分外热闹,罕见地排着不短的队,还别无分店,自然心有灵犀了。等了近半个小时,5个大汉堡到手,每个11.5元,加奶酪12元,滋味儿如何?有道是:不出来走走,怎会知道如此世界……

皇后镇周边还有很多景点,印象不凡。如在去瓦那卡的山路上,见到了大片大片传说中冰清玉洁的鲁冰花,在镇上的湖滨大道,见到了镶嵌着的历年大砖碑,其中

市病。果然,一进市区高楼林立,在住处的阳台上小坐即感逼仄;入夜共同失眠,因为窗外整宵嘈杂不停;窗欲求静吧,热效应又即刻显现……

当然,这些都挡不住对欣赏自然的渴望。这是个千帆之都,是全球人均拥有游艇最多的城市。这里也是新西兰最大的华人聚集地,汉字招牌此起彼伏。我们先去了闻名遐迩的穆里怀沙滩,从而明白除了北戴河那样的金滩,北海或布里斯班那样的银滩之外,还有如此养眼的黑沙滩,海鸥突然起飞的瞬间,黑白对比,真的惊鸿一瞥!

此城坐拥火山群,我们登上制高点伊甸山,不仅仅观赏这个海湾都会的奇幻风光,一树山(名字即引人入胜)、天空塔(南半球最高建筑,328米)也历历在目,更琢磨了独特的火山锥的真面目。居高临下,它就似一个圆锥形大碗,只是硕大无比,碗里全是茂密的绿地。据告,这样的大碗,全城共有48只之多。

好奇心终于驱使我们上了一树山。原来,当年的原住民毛利人对对抗入侵的欧洲人,偷偷砍伐这座景观山上的的绿树,直到只剩山顶一棵,因而得名。如今,我们在山顶只见到高耸入云的纪念碑,专为颂



作者在住地的花园里

扬毛利人的历史贡献而建。

不知“农舍”在哪里的国家

我们在奥克兰还了车,就飞回了悉尼,新西兰之旅到此圆满结束。

11天的旅程,匆匆驶过那广袤的牧场,悠悠漫步于清幽的街道,静静伫立在巍峨的雪山脚下,不仅轻松自在,赏心悦目,更觉情趣盎然,收益匪浅。尤其是那里空气纯净,风光怡人,生活安逸、连“牛羊也很幸福”,一派岁月静好、莫逆于心的氛围,感受多多。原以为这样的田园牧歌得益于人口稀少,一路走来才知道不是。

新西兰不是大国,不是强国,也不是富国,只是个人口稀少的农业国家。因为资源奇缺,市场上卖的大多是进口货,加油站的油价都要比悉尼贵近一倍,却交通发达,高速公路全不收费;管理精细,牧场、农庄都打理得如在画中,而且少见人影,自动化水平不低;人们悠然自在,素质良好,生活惬意。用中国常用的标准,我们始终没有觉得一位出大力流大汗的“农民”,虽然城乡多是一层平房,却家家花园锦绣,户户小车簇拥,分明是豪华级别的别墅,不知“农舍”在哪里。

行走天下

各级旅游管理部门要加强文明旅游宣传、教育、督查工作;旅游企业要做好从业人员的培训教育,引导游客文明旅游、安全旅游;旅行社要把好“组团关”、“落地关”、“行程关”;导游、领队要真正肩负起文明旅游宣传员的职责。

快乐出游 合理维权

游客报名参加旅行社组织的团队旅游,要签订旅游合同,并按照合同约定合理维权。途中遇有突发情况时,要听从旅行社导游、领队安排,配合有关方面采取措施降低损失。

传统节日需多些互动元素

□张正言

再过几天就是传统的春节了。看晚会、短信拜年、吃吃喝喝,千篇一律的节日内容让不少人对春节喜忧参半,喜得是它是中国人最浓重的传统节日,一个难得的长假可以全家团圆,可以外出旅游等,忧得是长假满满的“吃喝”“打牌”“送礼”活动,让人苦不堪言。如此节日“内容”与西方传统节日相比,互动性明显缺乏。

春节是中国传统节日中真正有影响的节日,其本身的独特性实际上早已失去了现实的载体。很多年来,“吃”成为了中国传统节日尤其是春节的一大主题,但对于基本实现小康的中国国民来讲,几乎没有什么东西平时舍不得吃而留在过年的,从“吃”的角度看,可以说是天天都在过年,所以不少人都觉得年味越来越淡了,这也是很重要的原因之一。我们再看看西方的节日,其鲜明特点是注重节日活动与全民狂欢,成为吸引游客的一大亮点。如泼水节、啤酒节、泥浆节等都已影响广泛,吸引游客趋之若鶩。

受社会文化变迁影响,我国传统节日的文化传统面临诸多问题,很多节日是有其名无其实,传统节日实际上只是一个假日而已,与中国的传统节日相比,西方在节日的互动上比我们做得好。以西方的万圣

节和中国的寒衣节为例,两个节日性质相同、日期相近、活动内容相似,都是祭奠先人亡魂。不同的是所属的国度,且打造出的节日经济效果明显不同,万圣节不断升温,甚至影响到中国游客,而寒衣节却连名字都没有为国内大众所熟悉。

在业内人士看来,这一现象既与西方的节日文化有关,也与西方对节日经济的营销有关。从节日文化看,外国人更注重情感的交流和分享,中国人相对比较内敛。所以,在西方人的节日中,除了家庭团圆、朋友相聚外,也很强调与陌生人的互动,相关企业、商家也会组织很多主题活动。

增加节日的互动性,不仅能调动人们过节的激情,也让节日营销有了更大的空间,因为围绕过节所需的各种产业都可以借机“吸金”。在中国本土节日的营销中,很多商家仍局限于打折、促销等传统手段,涉及的产品也往往是服饰、食品,具有一定的局限性。由此可见,在能把传统节日变成“狂欢节”的新时代节日经济下,我们传统节日营销、旅游项目有待更多的创意和突破。

旅游观察