

游客热衷深度游推动泰国旅游业转型升级

□ 新华社记者 汪瑾 袁梦晨

“打卡”“网红”、深夜排档、租住静谧海边别墅、“跳岛”游览小众海岛……近年来,在泰国苏梅岛从事旅游开发的谢光富明显感到,来泰国的中国游客不仅人数增多,出游方式也更加多样化。

2014年从广西来到苏梅岛工作的谢光富介绍说,一直以来,作为泰国南部两个著名海岛,苏梅岛和普吉岛的游客构成截然不同:普吉岛开发早,旅游配套更成熟,价格也相对便宜,是大众的普遍选择;而苏梅岛相对静谧,商业化程度低,主打高端旅游市场。

谢光富说,自2010年起,来苏梅岛的中国游客人数稳步增长,2014年至

2016年是一个增长高峰期,2017年中国游客在苏梅岛游客总量中占比超过十分之一。“这说明,中国游客对中高端旅游的需求正在增加。随着中国游客增多,苏梅岛的整个旅游接待体系都在努力为中国游客创造便利,包括增设中文标识、提供中文菜单等。”

在首都曼谷朱拉隆功大学附近的一家深夜大排档外,等位的队长中中国游客居多。一些中国游客告诉记者,他们从国内的旅游网站上看到其他游客上传该店美食照片和评价文字,就想过来“打卡”,哪怕需要排队两个小时。

除了大排档外,“火车夜市”、咖啡店、古董店……这些隐藏在曼谷深巷

或郊区的小众去处正成为曼谷“网红”景点。中国游客在曼谷一边探索一边分享,“网红经济”对交通、住宿、餐饮、购物、文娱等泰国旅游业的多个方面都有带动。

泰国旅游和体育部数据显示,2018年赴泰中国游客为泰国创收约5800亿泰铢(约合1350亿元人民币)。与此同时,越来越多的赴泰中国游客倾向深度游,注重旅游品质,这种变化推动泰国旅游部门更加重视中国游客的旅游体验。

泰国国家旅游局副局长差探·恭乍腊·那阿育达那告诉记者,很多来过泰国多次的中国游客想在泰国探索新事物,而很多首次来泰国的中国游客也不

想局限于传统景点。为此,泰国将大力向中国游客推广泰国二、三线城市旅游项目。他说:“除了曼谷、清迈、普吉等地,泰国还有很多中国游客尚未或者较少涉足的城市、城镇甚至乡村。这些地方更接近自然和泰国传统文化,可以给中国游客带来不同的体验。”

差探介绍,互联网经济对旅游的推动作用不容忽视,为此泰国已经和阿里巴巴、腾讯等多家中国互联网企业合作,希望通过网络触及更多中国游客。

中国驻泰国大使吕健说,当前中泰双方更要在旅游质量上做文章。我们愿协助泰方推出更多有安全保障、有文化内涵、有历史纵深的精品线路,吸引更多高端游客。

简讯

新西兰举办庆鼠年新春活动

新华社电(记者 郭磊)1月12日,新西兰“鼠”我最红·中国符号工坊活动在惠灵顿的约翰森维尔图书馆内举行,当地居民500多人济济一堂,参与了一场充满中国传统文化特色的“闹新春”活动。

活动由惠灵顿中国文化中心和当地侨社雅风社共同举办。写春联、画京剧脸谱、剪纸、灯笼福球制作以及中医义诊等一系列中国传统文化味十足的体验活动令人目不暇接。

年届八十的刘长午是当日的明星老人,他的老鼠和福字剪纸深受观众喜欢,大家纷纷要求老人给自己剪一个“福”字或是“小老鼠”。一时间,求“鼠”求“福”的人排起长龙。

画京剧脸谱和制作灯笼福球是爱动手的小朋友的最爱。首次参加海外春节活动的张先生说,很开心

女儿有机会在新西兰参加传统文化活动,希望今后自己孩子多参加此类民俗活动,不忘文化根基。

从事针灸推拿工作两年有余的“洋中医”娜塔莉·弗洛伊德吸引了不少现场观众好奇的目光。她用一口流利汉语讲解中医经络知识,还免费分发菊花等草药制作的茶包。她说,春节期间聚餐多,这些草药茶有助于促进消化,希望借此机会让更多当地人在日常生活里逐步了解并接受中医理念。

惠灵顿中国文化中心主任郭宗光表示,“鼠”我最红·中国符号工坊活动是新西兰欢庆农历鼠年新春的系列活动之一,此后还将推出一系列文化和旅游活动,让当地民众尽情体验中国农历新年的美好气氛。

相关新闻

赴泰中国游客持续增长

本报讯(王英斌)作为中国游客青睐的旅游目的地,赴泰中国游客近年来持续稳步增长。据当地媒体报道,泰国第二大银行泰京银行(KTB)智慧团队COMPASS近日发布预测称,到2030年,每年到访泰国的中国游客有望突破2000万人次。2018年,访泰中国游客突破1000万人次大关,达到1035万人次;2019年访泰中国游客有望达1110万人次,比上年增长5.4%。去年上半年虽然中国游客数量出现短期回落,但已趋向恢复。

COMPASS负责人表示,如果中国游客的年均增长率恢复到与2018年一样7.0%的水平,到2025年即可达1710万人次,到2030年达2340万人次。到2030年,年收入达20万元人民币以上的中国人将占中国总人口的58.5%。

随着经济发展,尽管泰国的物价有所上涨,但是作为受中国游客欢迎的旅行目的地,预计到访泰国的中国游客仍会继续增长。

此外,COMPASS指出,访越的中国游客约占访泰中国游客的一半。越南物价更便宜,更受中国游客的青睐。作为中国游客的热门旅行目的地,越南有望升至第3位,仅次于日本和泰国。

COMPASS指出,如果被竞争对手夺走市场份额,访泰中国游客的年均增长率将回落至5.5%。在这种情况下,预计访泰中国游客2025年达1460万人次,2030年为2000万人次。

因此,泰国旅游业也在积极开发新产品,鼓励深度游,在满足中国游客越来越多样化出游方式的同时,加快旅游业转型升级。



游客欢度泰国泼水节 沈海滨 摄

2019年访韩外国游客创历史新高

本报讯(王英斌)据韩国媒体报道,韩国文化体育观光部与韩国旅游发展局近日联合发布预测称,今年到访韩国的外国游客数预计达1750万人次,超过迄今为止最多的2016年的1724万人次,从而创历史新高。相应的旅游收入有望达25.1万亿韩元,直接和间接产生的产值和就业效果分别达46万亿韩元和46万人就业。

报道称,韩国文化体育观光部去年以中国大学生为对象,实施了简化签证申请手续的制度。针对中国中等收入阶层多次出行游客的增加,放宽了对中国收入较高地区游客多次出行的签证条件。

上述举措收到显著成效。截止

到2019年11月,访韩的中国游客累计达551万人次,较上年同期增长26.1%。另一方面,2019年来自美国的游客,预计有望超过100万人次。因此,美国将成为继中国、日本、中国台湾之后,访韩游客年超过100万人次的客源地。

此外,通过吸引外国游客来源多元化的努力,截止到去年11月,来自东南亚和中东地区的游客达294万人次,同比增长了10%。

韩国文化体育观光部部长朴良雨表示,韩国2020年的目标是吸引外国游客2000万人次访韩。为此,韩国将努力为消费者提供高质量的服务,使韩国成为外国游客愿意多次来访的国家。

未来十年科技发展对旅游影响巨大

□ 文新

全球旅游技术公司Travelport日前发布《趋势2020》报告。通过与全球数万名旅行者、数百位行业专家和世界级旅游品牌管理层的调研与访谈,预测了塑造未来十年旅游体验的几大科技力量。

大数据满足个性化需求

覆盖全球20个国家、2.3万名游客的《2019年全球数字游客调研》显示,全球游客对个性化体验的需求显著提升,愈发看重个性化体验的价值,而非仅仅获得最优惠的价格。消费者期待能够个性化定制的旅游产品,也希望能够获取根据他们的喜好习惯、过往订单或未来行程所特制的产品推荐和实时推送。

为增强在全球市场的竞争力,海内外顶级旅行平台正在整合资源,实现全球旅游品类库存共享,从而可以根据订票信息和数据分析为游客推送更加可信可行的个性化旅游建议,这带来了喜人的销售转化率。

对于OTA企业,尤其是中小OTA来说,这一做法格外值得借鉴。Travelport业务发展副总裁冯克铭表示:“增强多元化产品供应和交叉销售能力至关重要。通过数据分析贴近消费者,根据其行为和喜好来推荐多样化产品和跨行业服务,企业可以最大程度满足游客的个性化需求,提升其整体旅游体验,创造更

多价值。”

多渠道成为必然选择

能够整合和调用多个独立搜索引擎的元搜索技术在旅游业有着亮眼表现,通过元搜索网站,用户可以轻松进行全网产品比较,选出合适的旅行方案后,再跳转至合作方页面完成预订。受到谷歌等独立搜索引擎进军旅游市场的压力,传统元搜索网站正在不断拓展服务功能,争取引流获客。

面对日益激烈的搜索竞争,旅游供应商和代理商正在加大投入,力争将自家产品服务推入搜索结果的前列。同时,它们也将市场推广预算从搜索引擎分散到其他渠道。在这个过程中,超级APP的兴起同样给这些旅行商带来了机遇和挑战。

从旅行的开始到结束,为旅行者提供无缝体验无疑会使旅游品牌更具竞争力。因此,将所有旅游产品和服务整合在同一程序,提供“一站式”服务的超级APP撬动了大量市场潜力。例如,荷兰皇家航空将大量功能整合到官方微信账号上,乘客可以在微信获得价格提醒、完成机票预订、查询航班动态、与客服进行沟通等,获得更加方便贴心的体验。

极具中国特色的小程序也是一款双赢利器,既帮助OTA以低成本开拓了高频客源,也创造了真正的“触手可及”,实时聊天、基于地理位置的推送、数据统计分析等功能都为游客带来方便和快捷。

与此同时,微信、亚马逊、谷歌地图等平台正力图在旅游行业拓展。这些超级APP拥有庞大数据和原生用户,擅长在自己的生态系统中快速挖掘消费者需求,推出个性化产品。例如2020年伊始,谷歌旅游上线了一系列新功能,可以依据用户在谷歌搜索、地图、邮箱等APP的使用足迹,主动为用户建议潜在行程,甚至建议最适合该游客喜好的街区,如“旧金山的嬉皮文化区”,并重点推荐该街区的酒店和餐厅。

值得注意的是,在激烈的市场竞争中,社交媒体仍是消费者获取资讯的关键平台。Travelport《2019年全球数字游客调研》显示,50%的国际游客依赖社交媒体搜索旅游信息,46%的游客通过社交媒体预订行程,某些游客甚至会从社交网络上的一张照片受到启发而拟定旅行计划。在Travelport调研的国际OTA当中,有59%称其计划在2020年增加社交媒体广告支出。

除了上述选择,旅游厂商还通过聊天工具、品牌广告、用户原创内容、车载信息娱乐系统等渠道来与游客产生互动,启发其进行出游规划。

“智能规划师”比你更懂你

旅游业对运营效率提升的需求正推动聊天机器人得到广泛应用。由人工智能(AI)驱动的复杂机器人可以“学习”理解语言和命令,并随着用户咨询频度的提升而不断升级。

2020年起,除了简单地回答问题,有望看到聊天机器人在不借助人工干预的前提下,实现包括激发旅行灵感、搜索和预订、确认航班、更新乘客信息、添加额外行李、建议酒店租车等附加服务在内的全面功能,并在各场景中更加人性化。除了聊天机器人,新兴的智能行程预测、智能客服支持、智能语音对话也在推动行程预订和管理方式的演进,尤其在商务旅行中大有作为。

正如网购和视频平台可以预测观众喜爱的内容一样,结合机器学习的商务旅行解决方案可以预测游客更有可能预订的选项。它能够从每次搜索中得到学习,向游客展示更加相关的结果,在保证特定的搜索变量(如城市和飞行时间)不变的同时,合规地控制成本,并大幅缩短搜索反馈时间。

智能客服支持也是企业所需的重要差旅管理功能。通过人工智能,智能客服可以根据游客差旅的延迟、取消和中断等情况,快速判断是否需要立即开始搜索及预订新行程,必要时触发相关机制,提醒人工介入。

智能语音对话同样能够带来便捷。一个典型的手动搜索查询需要12次点击,但若使用智能语音对话,用户可以在几秒钟内就完成预订。

目前,智能对话工具仅用于航班搜索,并大部分需要一定程度的手动介入,但伴随着技术成熟,智能语音对话有望独立完成全程操作。

2020年起,除了简单地回答问题,有望看到聊天机器人在不借助人工干预的前提下,实现包括激发旅行灵感、搜索和预订、确认航班、更新乘客信息、添加额外行李、建议酒店租车等附加服务在内的全面功能,并在各场景中更加人性化。除了聊天机器人,新兴的智能行程预测、智能客服支持、智能语音对话也在推动行程预订和管理方式的演进,尤其在商务旅行中大有作为。

正如网购和视频平台可以预测观众喜爱的内容一样,结合机器学习的商务旅行解决方案可以预测游客更有可能预订的选项。它能够从每次搜索中得到学习,向游客展示更加相关的结果,在保证特定的搜索变量(如城市和飞行时间)不变的同时,合规地控制成本,并大幅缩短搜索反馈时间。

智能客服支持也是企业所需的重要差旅管理功能。通过人工智能,智能客服可以根据游客差旅的延迟、取消和中断等情况,快速判断是否需要立即开始搜索及预订新行程,必要时触发相关机制,提醒人工介入。

智能语音对话同样能够带来便捷。一个典型的手动搜索查询需要12次点击,但若使用智能语音对话,用户可以在几秒钟内就完成预订。

目前,智能对话工具仅用于航班搜索,并大部分需要一定程度的手动介入,但伴随着技术成熟,智能语音对话有望独立完成全程操作。

欧铁通票功能升级涵盖更多国家

本报讯(记者 武藏)近日,欧铁通票再次升级,涵盖更多国家,覆盖更多国际路线,同时为年轻游客提供更大幅度的票价优惠。

据介绍,升级后的欧铁通票可以在爱沙尼亚和拉脱维亚使用,欧铁通票的合作国家总数由此增至33个。随着爱沙尼亚和拉脱维亚的加入,波罗的海所有国家的铁路旅行都将变得轻松自在。在这两个国家乘车时,欧铁通票持有者均无需预订座位。但需要特别注意的是,只有使用全境通票才能在最多33个不同国家乘坐列车。此外,欧铁通票持有者搭乘

轮渡都能享受国际轮渡50%的票价折扣。

记者还了解到,欧铁的“铁路规划师”应用平台又上线了更多功能。通过更新时刻表、开发新功能、升级界面,“铁路规划师”应用平台为计划探索欧洲的游客提供了多重服务,如协助安排旅程,预订座位,并显示集旅行信息、游览国家、旅行公里数于一体的地图,方便游客通过脸书等社交媒体与亲朋好友分享旅途足迹。此外,深受年轻人的青年通票折扣再度升级,仅为标准成人票价的75%,可以通过官方在线销售渠道或代理商预订。

捷星加密春节期间上海-东京航班

本报讯(记者 武藏)捷星航空公司表示,从1月21日至3月28日,日本东京(成田)-中国上海(浦东)航线将每周增加3趟往返航班(6班),航班频率将从每周4趟往返航班(8班)提升至每天一趟往返航班(14班),以更好地服务春节假期游客的出行。

据悉,新增航班的机票现已正

式售卖,旅客可以通过捷星官网、APP、客服中心和旅行社进行购买。此外,在日本的便利店也可以进行购买。

捷星日本于2017年6月2日正式开通上海航线,这是其第四个国际目的地。该航线是深夜航班,受到了众多休闲旅游和商务旅客的欢迎。

欢迎订阅全国百强报刊《中国旅游报》

建设美丽幸福产业 满足美好生活需要

《中国旅游报》创刊于1979年,是由文化和旅游部主管的唯一的全国性旅游行业平面媒体,是旅游行业宣传的主力军、主阵地。

欢迎订阅
《中国旅游报》每周一到周五出刊
2020年全年订阅价:336元/份
邮发代号:1-40

产业/信息的集散地

行业/思想的发动机

创意/产品的孵化器



中国旅游报
CHINA TOURISM NEWS

地址:北京市东城区北河沿大街83号 邮编:100009 发行热线:010-85168068