

定制旅游在我国的发展现状、问题及对策分析

付超

(河南科技学院 食品学院,河南 新乡 453003)

摘要:随着人们旅游观念和消费方式的改变,定制旅游越来越受到人们的广泛关注。定制旅游在中国已表现出强大的上升趋势和发展潜力,但由于起步较晚,目前定制旅游市场还存在很多问题,有待升级完善。因此,有必要采用生产型成规模定制发展模式,扩大生产批量,降低经营成本;加快信息化建设,构建完善的网络技术服务平台,加强对游客的宣传与沟通;加大产品开发的力度,突出旅游产品的特色;加快对高素质专业人才的培养和引进。

关键词:定制旅游;旅游观念;旅游消费;旅游宣传;旅游产品

中图分类号:F592.6

文献标志码:A

文章编号:1674-2494(2016)01-0023-05

随着交通的便利、大众消费水平的提高,旅游已经成为全民性活动。随着旅游业的发展,旅游者旅游自主性提高、更加注重旅游精神价值,追求个性化和体验化旅游。于是,能够满足游客个性化心理需求的定制旅游应运而生。此外,中国旅游市场竞争越来越激烈,各旅游企业要想在旅游市场中占有一席之地就必须进行改革。而发展能够满足旅游者个性化、体验化需求的定制旅游将成为旅游企业未来改革的必然选择。

一、定制旅游概述

1. 兴起背景和内涵

随着全民消费水平的提高,休闲旅游观念的深入人心以及受教育程度的提高、交通条件的改善,旅游者越来越注重追求品质游、深度游、体验游,更喜欢选择一种注重个性化、体验化、差异化的出游方式。而旅游企业先前推出的跟着旅游团“走马观花”式的旅游,行程安排太紧张,只能以观光为主,不适合深度旅游,已不能满足旅游者的需求,出现了市场空缺,为定制旅游的兴起提供了契机。

所谓“定制旅游”,就是旅游企业根据旅游者的需求、意愿,以旅游者为主导进行旅游活动流程的设计,以满足旅游者个性化体验的一种旅游方式。通俗来讲就是旅游者根据自己的喜好和需求定制行程的旅行方式。这种模式弱化或者去除了中间商,能够给旅游者带来最个性化的服务。

2. 定制旅游与自助游、大众旅游的联系与区别

(1) 定制旅游与自助游

自助旅游是一种时尚的旅游方式,是以“张扬个性、亲近自然、放松身心”为目标,完全自主选择 and 安排旅游活动,且没有全程导游陪同的一种旅游方式^[1],旅游者在旅游时可以灵活多变、随心所欲,但一般多是旅游自主意识觉醒的游客使用这种方式。

定制旅游起源于自助游,但与自助旅游相比定制旅游更加注重品质和自由。定制旅游除了自主自

收稿日期:2015-12-10

作者简介:付超(1981-),男,山东菏泽人,讲师,历史学硕士,主要从事历史文化与旅游资源开发管理研究。

由、没有约束外,还有专业的旅游顾问可以咨询并安排行程,而且行程中结合旅游者的个性化特点增加了许多创新点,旅游高度精致和深刻。

(2)定制旅游与大众旅游

大众旅游指的是现代旅游活动按照固定的时间、标准化的服务和内容以有组织的团体包价旅游为代表的大众型旅游模式。从目前我国旅游业发展状况看,大众旅游仍然占据主导地位。而定制旅游现在主要针对的是部分旅游自主性较强且追求高品质个性化旅游产品的旅游者。在大众旅游中,旅游者需迁就团体的整体需求,照顾整团的情绪且只是被动地用眼睛观察,旅游深度不够,旅游活动安排趋于固定化和格式化。而定制旅游是个性化定制、小规模生产,能与本地居民实现更多的互动,产品也随游客的需求而变,服务质量高,旅游线路安排更加自由化和弹性化。

二、定制旅游发展现状

1.国内定制旅游发展现状

我国的定制旅游发展处于市场导入期至发育期过渡的阶段,其发展水平取决于居民的可支配收入、可支配时间和旅游消费的意愿。从数据来看,我国总体上还处于大众旅游的阶段,人均消费水平为每次 805 元人民币,2014 年我国人均出游率 2.8 次,而发达国家人均出游率在 7~8 次^[2]。与欧美成熟的定制旅游市场相比,我国的定制旅游市场虽然起步较晚,但发展迅速,目前已基本占到一些大型旅行社一成以上的市场比例。一组来自途牛旅游网的数据:2012 年进入定制游市场,当年定制游销售额就达到 1.5 亿元;2013 年增长为 2.9 亿元;2014 年达到 5.2 亿元;2015 年 1—11 月,定制游销售额达 8.3 亿元,同比增长 59.9%^[3]。可见,定制游市场增长之快。

目前,国内定制旅游产品主要分为三大类:第一类是单项组合定制,即根据旅游者经费预算和要求提供简单的订房、订车或者订导游等旅游服务;第二类是旅行主题定制,如亲子游、蜜月游等,有一定的主题,整个行程都体现了主题特色;第三类则是自主旅行定制,是旅游企业面对面服务游客,完全根据游客的需求定制产品,属于“纯定制旅游产品”。

近年来,在北上广等经济发达的一线城市,各类定制旅游服务供应商层出不穷,高端国内定制旅游已率先展开,但主要针对的是高端消费的小众人群,被人们认为是豪华游或贵族游。在大部分二三线城市定制旅游还鲜为人知,虽然部分旅游从业人员已经意识到定制旅游的发展趋势,但考虑到现在旅行社的运营模式与管理模式以及旅行社从业人员的素质和目前游客对旅游的观念而未付诸实施。

2.出境定制旅游发展现状

随着我国国民收入的不断增加,出境游逐步成为大众消费的主流,从人数和消费数量上大大超过境内游。李海等业内人士分析,越来越多的旅行社和在线旅游网站针对高端客户制定个性化旅游,尤其是出境游服务。国家旅游局数据显示,2014 年我国出境旅游人次首次突破 1 亿人次大关,达 1.07 亿人次,增长 19.49%,预计 2015 年有 1.4 亿人次出境旅游^[4]。我国已跃居世界第一大出境旅游大国。游客对出国游也提出了越来越高的要求,从传统的走马观花大团游,逐渐转向更为个性化、休闲化、家庭化的深度游。如在针对家庭的定制旅游上,首推的是亲子游。调研显示,71.6%的家长表示 2015 年和孩子一起出游,其中包括以迪士尼乐园和购物为卖点的港澳游和美国游、日韩泰迪熊亲子游以及结合邮轮线路推出的全家游等。亲子游和家庭游在国内外旅游度假中所占的比重将越来越大。城堡和海岛特色的线路是蜜月旅游的主推产品,而济州岛、巴厘岛、普吉岛、马尔代夫等海岛线路一直是情侣或者新婚夫妇的热门选择。另外,随着定制旅游市场开发日趋成熟与完善,各种特色主题旅游产品随着市场需求的日益增多,受到人们的热烈追捧。例如,前往欧洲独享高级 SPA 和到为总统服务的瑞士静港中心医院享受美容养生之旅、前往法国浪漫之城巴黎开启购物之旅、前往直意大利罗马感受西方文化遗产之旅等。

此外,一部分旅行社和旅游网站针对高端旅游者推出了高端定制游,它提供的是一种个性化、

专属化、“一对一”式的高品质服务。由于高端定制游的差异性、灵活性、可控性、文化深入性、舒适性等特点,吸引着更多的人愿意尝试参加高端定制旅游活动。2015年,“奇迹旅行”为高端旅行人群量身定制极地游、健康游、自驾游等六大系列产品。例如,搭乘顶级河轮深入亚马逊支流,在自然原生态中舒适地探索神秘的亚马逊丛林;到纳米比亚这枚嵌入卡拉哈里沙漠和南大西洋之间的“棋子”,体验“一边是大海,一边是荒漠”的神奇,欣赏非洲大自然的狂野与激情。此产品一经推出,立即吸引了大批高端目标客户。

综上所述,我国定制旅游的发展表现出强大的上升趋势和发展潜力。但由于国内定制旅游起步较晚,旅行社结构不完善,定制旅游市场在发展过程中还存在很多问题。

三、定制旅游发展过程中存在的问题

1. 成本大幅度上升

与传统的大众旅游相比,定制旅游通常是个人或者小型团体提供个性化服务的,定制旅游把每一位客户都看作一个独立的市场细分。这样做虽然能够让每一位客户都可以根据自己不同的需求和特征得以区别对待,可以让旅游企业为客户提供更好的服务。但如此一来必然会导致定制旅游产品很难甚至无法进行批量生产和规模生产及营销,经营成本必然会大幅度上升。如何进行定制旅游的规模化生产、最大限度地降低服务成本和生产成本,是定制旅游面临的关键性问题。

2. 旅游者群体普遍对定制旅游认识不足

对于多数国人来说,定制旅游还是一个崭新的概念。目前,生活在一线和二线大城市的人们可能听说过定制旅游,但对定制旅游概念的理解非常模糊,也不知道定制旅游与传统旅游有什么区别、为什么要选择以及如何选择定制旅游产品。很多人认为定制旅游是专为富人打造的,是高端奢华旅游。再加上目前国内大部分旅行社更愿意操作团队旅游,专推定制旅游线路的旅行社寥寥无几,它们对定制旅游的操作流程不太熟悉,也缺乏对定制旅游的宣传以及与客户的沟通。结果导致旅游者群体普遍对定制旅游认识不足。

3. 定制旅游在线网络服务技术有待升级与完善

在智慧旅游时代背景下,网络服务技术能够促进旅游业更快更好的发展。现在有很多专门做定制旅游的在线旅游网站,例如假日阳光、百悦逸游等。当登录这些网站之后会发现在线咨询有时反应很慢,不能快速回复,需要排队等待。有时,游客并不想马上下订单也不想打电话只想在线咨询,但有些网站要求游客必须先填写手机号码,然后让旅游顾问与游客联系。在此情况下,游客可能就会犹豫不决,在某种程度上就会打击游客的积极性。再加上很多网站对景区的介绍仅限于图片和文字,缺乏游客可参与的景区全景虚拟系统,很难使游客有更深入的体验。可见,定制旅游网络服务技术还有待于进一步升级与完善。

4. 一些定制旅游产品缺乏特色

随着旅游业的迅速发展和市场竞争压力的不断增大,一些旅游社也逐渐意识到了定制旅游市场背后巨大的经济效益,纷纷加入到开发定制旅游产品行列之中。但由于缺乏专业资深的技术操作团队和对旅游者的个性化、体验化需求认识不清等各方面因素的影响,片面追求经济利润,打着“定制旅游”的旗号,设计着大众旅游路线,产品无特色,缺乏吸引力。

5. 缺乏高素质的定制旅游服务专业人才

旅游企业提供的定制旅游服务,和传统旅行社提供的简单的咨询和订购门票、酒店等服务有很大区别,定制旅游属于比较个性化的产品,多数是为高端游客所制定的,对旅游从业人员的素质要求比较高,只有会基本操作的旅游从业人员是远远不够的,还需要旅游企业拥有资深的高素质的“旅游咨询师”“旅游管家”等专业人才。这些人才一般是多年从事旅游业的专业人员或者资深的驴友。这对旅

游企业的人才储备和人才培养提出了更高的要求。目前大部分旅游企业缺乏经验丰富、综合素质高的专业人才,这在很大程度上制约着定制旅游的发展速度和规模。

四、我国发展定制旅游的建议

1. 采用生产型成规模定制发展模式,扩大生产批量,降低经营成本

生产型成规模定制发展模式,就是把定制化生产模式同规模化生产模式有机融合在一起,并将产品的设计、生产和物流供应等流程按照客户不同的需求进行重新组合,从而实现定制生产的成规模化^[5]。简而言之,生产型成规模定制旅游就是旅游供应商针对旅游时间、交通、住宿、餐饮、线路和服务等给出一些备选方案,供旅游者自主搭配选择,旅游者也可以把几种方案随意加以组合,当部分旅游者达成一致协议后,进而进行成规模设计和生产。生产型成规模定制发展模式既能最大程度地满足游客的个性化、多样化需求,又能实现标准化服务的低成本和高效率运作,能在很大程度上解决定制旅游经营成本高的难题,有利于定制旅游的可持续发展。

2. 加快信息化建设,构建完善的网络技术服务平台,加强旅游宣传和沟通

在智慧旅游时代背景下,实现旅游信息化是加快旅游产业发展的方向和潮流。旅游信息化建设以网络信息技术为基础,以电子商务为代表,能快速及时地传递旅游和游客信息,能同时与大量的游客进行交互式的沟通,所以旅游企业要加快信息化建设进程,积极构建完善的定制旅游网络技术服务平台。通过旅游网站、微信、QQ 等服务平台,加强对游客的宣传与沟通,扩大受众范围,让更多的游客对定制旅游有更全面更深刻的了解;并构建完善的客户数据库,对游客进行分类管理,及时与游客进行沟通和信息反馈,准确把握游客的需求,特别是隐性需求和潜在需求,从而为其定制满意的旅游产品。还可开发景区 3D 实景虚拟系统,旅游者可以以角色扮演形式参与其中,与其中同样进行角色扮演的游客交流,可以提前对要去的景区有更为深刻的了解,这与传统的只有文字和图片的景区介绍相比更有说服力。同时也要加强定制旅游手机客户端的研发和使用,给游客提供一键服务,简化在电脑上重复登录的繁琐程序,从而为游客节约大量宝贵时间,提高游客的满意度。

另外,智能化推荐的个性化移动应用将是定制旅游未来的发展趋势。目前,国内的一些旅游网站已经开始开发智能化的旅游推荐系统,如“淘在路上”“布拉旅行”等都推出了这样的智能化系统。当用户打开 APP 界面,可以选择出行的时间、预算,然后选择目的地国家,再进入具体的城市,可以选择景点和不同主题的旅游内容。当用户的需求最终满足后,此系统将推送出一个最终的出行规划方案,用户下单付款后,该系统就会直接对接到后台的供应商的资源中,例如预订机票、酒店预订、车辆安排、导游安排等。所以,未来的定制旅游必须增加人工智能算法和智能推荐行程的产品,成为万亿级别的海外自由行市场入口,才可以突破目前的发展瓶颈,真正实现规模化^[6]。

3. 加大产品开发的力度,突出旅游产品的特色

著名旅游经济和管理专家魏小安认为,“特色是旅游之魂,文化是旅游之基,环境是旅游之根,品质是旅游之本”^[7]。这句话其实就是对定制旅游产品核心的高度概括。可见,定制旅游从消费到经营,都需要破除陈旧观念。定制旅游不一定要奢侈,但一定要有主题特色,有自然、人文、历史的独特之处。所以,应积极鼓励旅游业从业人员破除陈旧观念,勇于创新,设计出在自然、人文、历史等各个方面都有特色和内涵的定制旅游产品。可以针对旅游者的特异个性化需求,或者根据其人生经历和遗憾,创新生产独具个人特色的定制旅游产品,只有这样才能扩大旅游市场占有率。

另外,旅游企业还可以对旅游产品进行模块化设计。在定制旅游产品的模块设计中,根据旅游者的自身个性化需求不仅为其挑选心之向往的旅游景区或者景点,还需要将酒店住宿、餐饮、旅游娱乐项目、购物等细分模块化,各个模块完全根据旅游者自身的特性进行精致设计,满足旅游者人无我有的心理需要。这样既可以使客户感受到创意无限,又使繁琐的服务程序得到合理的分工和管理。

4. 加快对高素质专业人才的培养和引进

人才对旅游企业健康快速发展起着至关重要的作用。旅游企业应加快对高素质专业人才的培养和引进。

首先,旅游企业人员应多了解旅游相关方面的知识,提高自身的职业素养。同时注重从实践中积累经验,把理论与实践结合起来。端正自己的服务态度,做到细心、热心,努力满足游客的各种特色需求。

其次,旅游企业要注重与当地的高校合作,进行专门的旅游师资深入挖掘,培养高素质的旅游从业人员。同时,可在高校中增加与定制旅游相关的课程和项目,增加定制旅游的人才培训,加强旅游院校的精细化培训。

最后,政府旅游企业管理部门要积极倡导高校开设关于定制旅游的课程,并对从事定制旅游产品开发的旅游企业在财政、人才引进、技术等方面大力支持。鼓励旅游企业与高校的合作,促进人才的交流,加快培养出高素质的旅游专业人才。同时制定对外优惠政策,创造良好条件,吸引国外旅游专家和人才到中国讲学与交流,从而借鉴其优秀的人才培养模式,促进中国定制旅游的发展。

定制旅游作为一种全新的旅游方式,迎合了旅游者张扬个性、体现独一无二性的心理诉求,其优势正在慢慢显露。相信在不久的将来,定制旅游必将成为旅游业发展的主流方向。不过,目前我国定制旅游发展处于初级阶段还存在很多问题,需要相关部门和人员进一步探索、完善,并采取相应措施促进我国定制旅游市场健康、可持续发展。

参考文献:

- [1]刘 骥.谈中国的自助旅游[J].旅游纵览(下半月),2014(8):60.
- [2]徐 潇.旅游业创新模式在路上[N].工人日报,2015-07-15(05).
- [3]刘海博.旅游私人定制:追求“高端”还是“个性”?[N].沈阳日报,2015-12-02(03).
- [4]朱家顺.定制旅游,玩的就是个性[N].人民日报,2015-07-09(10).
- [5]吴 佳.进入智慧旅游时代我国定制旅游发展探究[D].郑州:郑州大学,2014.
- [6]赵 正.定制旅游:我的旅游我做主[N].中国经营报,2015-06-27(13).
- [7]魏小安.旅游业态创新与新商机[M].北京:中国旅游出版社,2009:23-35.

Analysis on Current Situation, Problems and Countermeasures of Customized Tourism in China

Fu Chao

(School of Food Science, Henan Institute of Science and Technology, Xinxiang, Henan 453003, China)

Abstract: With the change of people's tourism concept and consumption patterns, customized tourism is paid more and more attention. Customized tourism in China has shown a strong upward trend and development potential. But due to its later development, there are still many problems in the customized tourism market, and it is still need to be improved and perfected. Therefore, it is necessary to adopt the innovative development mode of customized tourism for production, expand the production volume, reduce operating costs; accelerate the construction of information, build a perfect network technology service platform, strengthen the publicity and communication of tourists; speed up the exploration, stress the characteristics of tourism products; speed up the training and introduction of high quality professional talents.

Key words: customized tourism; tourism concept; tourism consumption; tourism promotion; tourism product

(责任编辑 陈 静)