

产经观察

新《旅游法》实施一个多月来,虽然在规范旅游市场秩序方面效果显著,但因明令禁止旅游团设置自费及购物项目,导致旅游产品报价上涨,报名参团人数大幅缩水;加之导游通过旅客购物返利的“灰色收入”不复存在,使导游从业人员薪酬锐减等问题,让旅游行业进入阵痛期。作为旅游大市,西安在《旅游法》实行之后,市场受影响情况如何,近日,记者就此展开调查。

记者 樊华

游客满意:

少了自费项目 游玩起来更舒心

在《中华人民共和国旅游法》实施前,旅游景点中的强制性消费以及旅行社的强制购物一直是跟团游中“公开的秘密”,饱受旅客诟病。而新法实施后的40多天里,跟团费用更透明,旅游市场更规范是近期到我市旅游的外地游客及随团出游的西安市民最直观的感受。

“这是我第二次到西安旅游,虽然价格比两年前贵了些,但是西安的地陪不再一上车就给我们猛推荐小吃宴和歌舞表演,而是认真地讲解了一下西安的历史文化,剩余时间也没再安排进店购物,而是让大家解散,自由活动,随便在什么地方购买土特产,感觉比上次来玩儿得舒服多了。”陪父母来西安游玩的江西小伙子冯玉(音)说。

而在高新某电信公司上班的赵小姐,趁着11月初休年假与男友一同报团参加了曼谷、清迈6日游,刚刚旅游归来的她提起这次出游,忍不住赞叹,“与之前去韩国,5天行程,一半时间在进店购物相比,这次旅行非常完美,导游只字不提购物或者消费,每到一个地方,我们都在尽情地逛景点,不像以前出去旅游,老不购物还担心导游‘甩脸子’。”赵小姐也介绍说,她此次去泰国旅游的团费将近8500块钱,“听说比旅游法实施之前贵了一倍,可虽然以前价格便宜,但根据我的经验,



天气渐冷,旅游业的淡季也已来临 (记者 王旭东 摄)

价格越低的团,强制性购物的点越多,而这次完全不含自费项目和购物点,出游品质提升了,价格高点可以理解,毕竟一分钱一分货嘛。”

采访中记者了解到,虽然大多数跟团游的旅客对《旅游法》实施后的新变化表示赞同和满意,但也有部分市民表示不适应,“去外地旅游一趟不容易,以前团费低,去购物点还能拿出钱来买些当地的特产送给同事、朋友;现在团费涨得那么贵,出去玩什么都不愿买,玩一趟回来除了相机储值卡

新《旅游法》实施月余

旅游市场“阵痛”后何去何从?

满了,背包依旧是空的。”家住北梢门的宋阿姨说。

导游叫苦: 收入锐减 不少人筹划转行

《旅游法》当中“不得安排购物,取消自费项目,不得索要小费”等明文规定在让游客在大呼满意的同时,却让西安的导游群体叫苦不迭。

“这可能是我当导游以来最难熬的一个冬天,11月过半月了,我才挣了不到1000块钱,连家都养不起了。”在西安干导游已超10年的马海博叹口气说道,“因为行业不景气,当年和我一起带团的‘小伙伴们’都灰心丧气地转行了,只有我还在扛着……”

“外地人到陕西旅游,多是报4天到7天的团,以前每个自费和购物项目会按游客人数给导游5到8块钱的人头费,游客消费或者购物后再给予20%到30%的提成,像11月份这样的旅游淡季,老导游一个月干10天活,挣个6000块钱不成问题。”忆起以前的好日子,老马顿时打开了话匣子,可现在虽然团费涨了,但旅行社给导游的待遇却很低,加之没有旅客购物返利的这部分收入,让我这两个月的收入锐减。

老马说,导游行业很辛苦,上团时不仅顾不上家,还得忍受每天从早6点到晚10点的超长工作时间,“长期以来,旅游行业都是低利润的行业,除了韩语、日语等小语种导游,大都没有底薪,全是按团计费,《旅游法》实施后,受影响最大的应该就是我们这样一线从业者吧。”

“其实拿明确的工资,干明确的活,挺省心的,再不用给游客反复不停、苦口婆心地推销了。”一位导游自嘲地说,最近因为担心带客人做自费项目会“违法”并被处罚,所以即便在旅途过程中,团员主动提出购物、自费,导游们也不回应。“但因为赚不到回扣,丧失了最大的收入来源,加之这个职业的福利很低,所以有路子的年轻人都在谋划转行。”

旅行社观望: 业务量下滑一半 打擦边球减轻“阵痛”

“此前团队旅游的价格非常低,主要因为以游客的吃、住、行等费用及购物等方式的不正当利润来弥补,是不正当的经营模式。”西安天海国际旅行社的负责人表示,国庆后的旅行社团报价上涨,只是表明旅游市场趋于理性、回归正常。

此外,旅游业业内人士认为,《旅游法》不鼓励“快餐式”旅游,换句话说,过去那种“人人泰森马”的时代将一去不返,取而代之的将是“大餐式”的精细化、多元化旅游产品。“面对多元化的客户需求,只有在产品多样化、个性化方面下功夫,才能让游客跟着产品走。”

专家分析:

新法引导价格回归“快餐式”旅游失宠

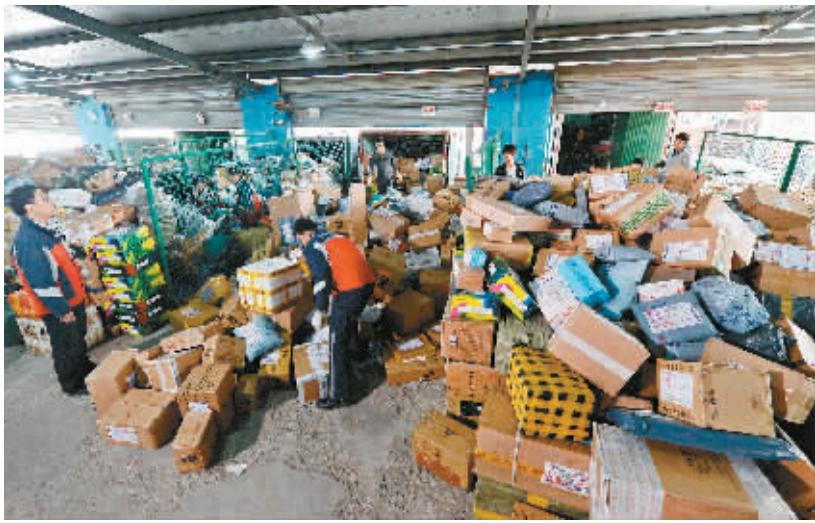
“此前团队旅游的价格非常低,主要因为以游客的吃、住、行等费用及购物等方式的不正当利润来弥补,是不正当的经营模式。”西安天海国际旅行社的负责人表示,国庆后的旅行社团报价上涨,只是表明旅游市场趋于理性、回归正常。

此外,旅游业业内人士认为,《旅游法》不鼓励“快餐式”旅游,换句话说,过去那种“人人泰森马”的时代将一去不返,取而代之的将是“大餐式”的精细化、多元化旅游产品。“面对多元化的客户需求,只有在产品多样化、个性化方面下功夫,才能让游客跟着产品走。”

注意!

一大波包裹正在袭来

快递行业再迎年度大考 上亿件包裹正在单向旅途



昨日,圆通速递管理区里,工作人员正在分拣堆积如山的快件包裹。

记者 裴磊/文 记者 王旭东/图

“一分钟破亿元,六分钟破十亿元,不到六小时,成交突破百亿元”,当周一的网购狂欢结束后,全国各地的网友们一边在赞叹着这一再次被刷新网络奇迹,一边等待着自己冒着“砍手”风险“抢”到的快递包裹。

天猫和淘宝的总交易额350亿元,京东商城预计促销期间总交易额将达到100亿元,易迅“双11”当天下单超过5亿元……这还不算各垂直电商“双11”期间的销售业绩。而在这些骄人业绩背后的则是:国家邮政局统计的1.8亿件快递包裹,这是今年“双11”当天所有电商产生的订单量。11日当天各快递公司共处理6000多万件快件,是去年“双11”最高峰3500万件的1.7倍,达到今年快递日均处理量的2倍以上。而根据往年惯例,12日为包裹出仓的高峰,而之后一周包裹向干线 and 末端转移,为运输和配送的高峰。

不过与电商的集体狂欢不同,快递行业对于这样的一“大波包裹正在袭来”却兴奋度不高。

收货 所有快递企业的“春运”之考

“我的货物什么时候能送到?”这是所有网购者都会关心的问题。而每年“双11”之后的一周,所有的快递公司都会繁忙的

一头沉 电商发展带来的业务不平衡之考

快递行业,是市场竞争非常激烈的行业,除了身处第一梯队的“四通一达”(中通、申通、圆通、汇通、韵达)和顺丰外,天天快递等第二梯队的快递企业也是虎视眈眈。所以任何一家快递企业对于消费者“快递不快”的批评都难以承受。

为了不在“快递黄金周”被竞争对手甩下,自有车辆、包飞机都成了快递企业应对“双11”的必备设备。“量虽然翻了一倍,但我们的利润增长得很有限。”上述圆通负责人的表态,竟得到了附近不少快递网点负责人的认同。杨先生就表示:“光是看着热闹,但挣不了几个钱。”

据圆通网点负责人解释,除了增加设备、人员的成本外,西安的快递企业还穷还有一个电商时代明显的地域原因:电商企业大多集中在北、上、广、深和江浙一带,西安本地的电商很少。这就造成了西安快递网点送件多,揽件少的“一头沉”现象。但为了在这个“黄金周”尽快将包裹送到西安的网购者手中,公司不得不让汽车甚至飞机“空驶”到上述地区去接包裹。这也是杨先生给出的“旺季不赚钱”的解释。

“都是单趟运输,还不能高峰涨价,你说我们的压力能不大吗?”他说对他们这样的加盟网点,利润的最大来源就是揽件分成,平时虽然也是一头沉,但他们可以将揽件集中后再发送,从而降低空驶率,“所以包裹从北京到西安的时间,会比西安到北京晚一两天。但现在根本不敢,不然北京的消费者肯定投诉。”在这个“黄金周”,他负责区域的送件量增加了将近一倍,但“揽件量不到送件量的十分之一,怎么保证利润?”

“双十一”快递热潮预计持续到19日

本报(记者 张奕雅)“您好!您的快递到了请到楼下取!”这可能是不少市民这几天最期盼听到的话,“双十一”的畅销热潮让大家过足了网购瘾,而数不胜数的订单更让快递员成为了冬季最“火热”的人。

“平时一天也就八九百件,今年‘双十一’过后每天都是五六千件,是之前的六七倍。”快递员小张一边忙着让客户签收快递一边说,快递员数不胜数,快递员们的工作时间也随之延长,平时早上八点半开始送件的小张,这几天都是六点半就开始了一天的工作,但即使这样,也无法满足巨大的派件量,“有时候送到晚上八九点还不一定能送完。”

也因为担心庞大的快递数量会降低

当然过两天,揽件量可能会上升。”他不无戏谑地说那倒不是因为西安地区电商的逆市上涨,而是“退货量肯定会上升。”

工资 累得要死挣得不多的快递员之考

对于快递员“月薪数万”的传闻,干了4年快递的快递员郭启立已经辩解得累了:“还问呢。我再再说一遍,不可能,起码我认识的西安所有的快递员都不可能,就是现在最高峰期都不可能。”

而杨先生说他们网点的所有快递员,最高峰每人也就能拿到6000-8000元,“也不低,但是过万还是很难的。而且这行特别辛苦,现在许多年轻人都不愿意干。”“黄金周”每天数百个快递包裹,也就意味着快递员要骑着摩托在寒风里跑数十公里,打数百个电话,并经历和出租车司机一样的如厕难、吃饭难。

“这就是用人肉换猪肉的行业。”郭启立开玩笑说。在整理完当天第三趟要运输的货物后,他终于能够坐下来喘口气了,“其实,你说的那种说法我也在网上见过,甚至看到别人晒的工资单,但西安确实不可能。”

他说之所以不可能的原因,竟和网点“哭穷”的原因一样:快递员的工资分为两种,揽件按照比例提成,送件则按件计费。“肯定揽件赚得多啊,所以杭州的快递员很可能这个月赚过万,但我们本来就揽不到多少包裹,自然赚得就少。而且,上周就开了,要全力保障及时送件。我们更没功夫专门跑过去揽件了,所以这个月我真的是累得要死,还赚得不多。”他说也正因为要面临如此高劳动强度的工作,从月初开始已经有好几个同事请假了,“就是为了把‘双11’躲过去。”

派件速度,有的买家一天几次地催问快递公司收货时间,小张就接到不少这样的电话,“都是平时派件比较熟悉的客户问快递啥时候能到,有时候早上没有下午就送来了,我们不会拖延时间。”

记者在西北最大的圆通速递管理区里印证了小张的说法,快递员们都在热火朝天的整理包裹,据了解这几天公司都是全员上岗。圆通速递西北管理区总经理徐樟龙为记者介绍说,“双十一”期间快递数量比平时上浮了100%,今天已经达到最大值150%,预计会超过38万件。”记者获悉,“双十一”货运热潮预计将持续到19日左右,快递公司也希望买家能够体谅快递员,耐心等待自己“宝贝”的到来。

财富故事



85后老板和他的“草莓屁股”

记者 轩辕杨子



王青曾经为“草莓屁股”活动自己当模特拍宣传照(资料图片)

一杯清茶,一把躺椅,一缕温暖的阳光,组合在一起的确实是无比惬意的事。也许你很羡慕85后的王青拥有这样的生活;也许你很羡慕大学毕业后就能自主创业;也许你很羡慕这个年轻人可以将一间主题生活馆经营的有声有色。走进王青的“草莓屁股”,和他聊起创业、理想和经历,你才会发现,这不仅仅是一间LOMO主题文化馆,而是一种人生的态度和执着。

如果你热爱LOMO(乐摸,Let Out life be Magic and Open,让我们快乐的抚摸生活,也是相机品牌),如果你是潮人,如果你喜欢微博,那么位于南门里顺城南路的“草莓屁股”肯定不是陌生的地方。已经成为西安LOMO文化聚集地的“草莓屁股”如今吸引了大批的粉丝。采访王青是在晚上,这个时候是属于“草莓屁股”的时间段,天蓝色的门头和卡通体的字搭配在一起,闪着温暖的LED光,和周围的酒吧一下区别开来。小店里外面并不大,走进才发现这的确不是一间酒吧,暖色调的墙面上贴满了各式各样的LOMO照片,而吧台里不同的相机也直接体现这间小屋的主题,如王青对它清晰的定位:第一个西安LOMO主题馆。

“西安才开始有LOMO相机的时候我就开始玩儿,也因为它结识了不少朋友。”王青其实也是资深的LOMO相机迷,“草莓屁股”的名字是他和之前的搭档一起决定的。大学毕业后,没有按照家人意愿考公务员的他萌发了开店的想法,“其实一开始就是想卖相机,后来找到这个地方有两间房,顺带着卖点饮品。”和很多创业的大学生一样,王青开的这间主题馆初期装修和设施十分简单,两个人资金的投入也并不太多。但与许多急于赚钱的年轻人不同的是,王青给自己的主题馆定位很轻松:“就是想着朋友多,大家来了有个玩儿的地方。”也就是这样的想法,王青和搭档不温不火的经营着,除了卖相机的收入外,其余并不景气。“从2010年开始,持续了半年多都是亏损,我们的确有点熬不住了。”也就是在这个时候,搭档因为一些原因离开了“草莓屁股”,王青撤出了搭档的股份后依然没有放弃,开始琢磨如何让“草莓屁股”火起来。“那个时候真的挺难的,差不多背了10万的债,也想过放弃但是舍不得。”本身对设计感兴趣的他先是设计了一批符合店形象又是年轻潮人喜欢的贴纸,再开始通过微博发表一些关于“草莓屁股”的照片。而也就是在这个时候,王青最初希望“让朋友来了有个聚的地方”这个想法也逐渐开始升华,“我要搞活动搞策划,让西安的文艺潮人在这儿互相‘碰撞’,产生思想的火花或者寻找合作伙伴。”将年轻人的生活方式融入到自己的主题馆里,并且不落俗套地让它成为一种引领,这让王青对自己的“草莓屁股”的规划和定位日渐清晰起来。

“你需要什么才有什么,而不是我有什么让你接受什么。”也许王青的这套经营理念很超前,但不可否认他成功了。因为朋友是歌手,他的“草莓屁股”在晚间有了驻唱时段;因为有人推荐好的点和策划,“草莓屁股”举办了一次次参与性极强的活动,并且招引来很多大商家的合作;因为前来“草莓屁股”聚会的朋友越来越多,王青也开始经营酒水,并且对国外的各种啤酒有所研究和品尝……从和搭档分手,王青用了一年时间让“草莓屁股”扭亏为盈,在西安文艺青年的圈子里占据了分量。

一度,在晚间黄金时段来“草莓屁股”的客人从屋里满到屋外,需要靠老板认识走走“后门”才能进去。而到今天,再走近“草莓屁股”,发现它又有了不一样的变化,以前能容纳多人的桌椅被换成了私密性很强的靠背沙发,似乎能容纳的客人量了不少。“我不想把这里经营成那种来了就使劲消费水吧的场所,我还是坚持它是一个栖息地,是你来了可以坐在这里什么也不消费就能感到舒适的地方。”也正是这种经营态度和对理念的执着,让“草莓屁股”忠实的粉丝们依然对它即将开张的二层深感期待。“二层的私密性就更好了,完全是会员制,朋友聚会的天地。”王青笑着说,对于别人看到“草莓屁股”经营如此成功,他说了这样一句话:“我对这家店的定位从一开始就很明确,如今更加回归了最初的本质,一种简单一种文化一种生活的气息,这样才是长久。”

经济生活

经济社会部主办

电话 87300113
邮箱 xarbjshb@xawb.com

“指尖上的生活”渐成西安人时尚

前三季度我市城镇居民网购人均支出81.98元

本报讯(记者 王昕)“双十一”网络购物节刚刚落幕,电子商务的快速发展成为人们热议的话题。昨日,国家统计局西安调查队发布的数据显示,前三季度,西安城乡居民人均支出在网购电子产品数量上,还是城乡居民家庭通过互联网购买商品和服务的人均支出上都有了显著增长。“指尖上的生活”渐成西安人时尚,越来越多的人通过互联网让生活更趋轻松、便捷,让工作更加从容、高效。

每百户城镇居民家庭拥有电脑73.5台

随着居民生活水平的不断提高和通讯、互联网信息经济技术的快速发展,电子

信息产品升级换代、价格逐步下降,稳步提升了城乡居民电子产品信息拥有量。调查显示,前三季度,西安城乡居民人均购买电脑的支出分别为47.61元和49.39元;人均购买移动电话的支出分别为175.09元和64.73元。

消费支出的增加带动拥有量的提高。每百户城镇居民家庭电脑拥有量分别为73.5台和25.5台;移动电话拥有量分别为190.1部和1219.4部;固定电话拥有量分别为54.6部和35.7部。由于农村居民家庭人均收入高于城镇1.36个百分点,每百户移动电话拥有量高于城镇29.3部外,其电脑和固定电话拥有量分别比城镇居民家庭少48台和18.9部;其购买移动电话支出低于城镇居民家庭110.36元。

手机消费占信息服务支出七成

随着电子信息产业的迅猛发展和城乡居民家庭收入的稳步提升,使得形式多样的电子产品信息快速进入居民家中,促进了居民家庭信息服务支出的提高。调查显示,前三季度,西安城乡居民家庭人均信息服务支出分别为939.30元和399.84元,城镇居民家庭人均信息服务支出高出农村居民家庭539.46元。从细项来看,城乡居民移动电话消费分别为692.66元和290.87元,占了信息服务支出的七成。三季度城乡居民家庭人均信息服务支出分别比一季度增长20.7%和38.7%,农村居民家庭人均信息服务支出增幅高于城镇18个百分点。

市场动态



城镇居民网购人均支出81.98元

从收发电子邮件、信息查询与浏览、网络文件传输到网络聊天、游戏娱乐、撰写微博等一系列网络活动已与居民的日常生活密不可分;远程教育、电子商务等由互联网催生的信息服务消费热点也不断兴起。调查显示,前三季度,城乡居民家庭每百户接入互联网的移动电话分别为45部和28.6部,接入互联网的电脑分别为58.7台和21.4台。由此带来的网上购物以其产品丰富、价格实惠、购买便捷、送货上门等优点,已渐渐成为一种流行的消费方式。特别是国家关于第三方支付平台的新规定以及银联推出的无卡支付平台等政策为网络消费提供了便利和良好环境,引发了居民网购热潮。调查显示,前三季度,城乡居民家庭通过互联网购买商品和服务的人均支出分别为81.98元和15.21元。