



在线定制旅游： 任性 任行

【文 / 陈哲】

在线定制旅游既能增强旅客自主性，又能让旅客享受到专业的旅游产品和服务，在传统跟团游和自助游之间寻找平衡点。

当很多人“随大流”式地选择同样的旅游目的地和服务，人潮汹涌就难以避免了。根据国家旅游局的数据，2015年国内旅游和出境旅游规模都会有10%的增长，将分别达到39.5亿人次、1.2亿人次。在出游人数整体大幅增长的情况下，如果人们的旅途不“个性”一些，人潮或许会更加汹涌。那有没有美妙的新常态可以经历呢？有，那就是通过在线定制旅游开启个性化的深度体验之旅。

定制旅游注入互联网动力

所谓定制旅游，就是根据旅客的特定需求和喜好，从目的地、线路、用餐、住宿、用车、购物、观光、娱乐和导游等方面为旅客提供个性化的定制产品与服务，这让旅客的旅途不再显得“千人一面”。

定制旅游不是一个新概念，它在国外已经发展得比较成熟，而在国内则刚刚开始。长期以来，定制旅游的需求确认和产品策划主要还是在线下进行，旅客和旅行社多通过面谈或电话的方式沟通需求。线下模式大大增加了旅客与旅行社的沟通成本。旅客需要花时间去旅行社柜台表达自己的需求，旅行社方面需要付出巨大的人力成本，提供一对一的咨询服务，后续还需要提供资深策划师为旅客定制个性化的旅程。线下模式在效率上的局限大大限制了定制旅游的规模化发展。

互联网的一大特点就是低成本、高效率地整合资源，它让定制旅游在未来实现规模化成为可能。中国旅游研究院院长戴斌表示：“移动通信、云计算和大数据为代表的技术进步让分散的、个性化的旅游需求有了现实的可能。应当说个性旅游的需求一直都是存在的，但是在大规模生产、标准化作业

的时代，如果要满足普遍意义上的个性需求，就旅游者的消费预算和旅行社的生产成本而言都是非理性的。”

随着“互联网+”在中国旅游行业的逐步融合与渗透，在线旅游近年来发展十分迅猛。根据速腾研究院发布的研究数据，2015年第一季度中国在线旅游市场交易规模预估为800亿元，同比增长37.5%。

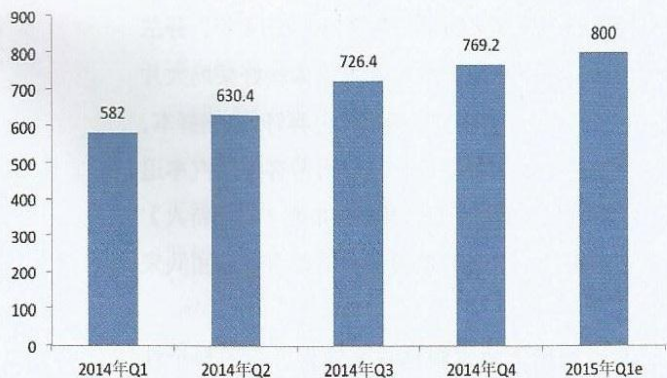
升级版自助游

过去提到旅游，人们首先想到的就是跟团游，而如今越来越多的人开始选择自助游、自由行等更“自主”的旅游方式。自己做主的旅游使人们能更深入地根据自己的喜好和需求来深度体验旅途，而不是跟着“大部队”停留在走马观花的层面。

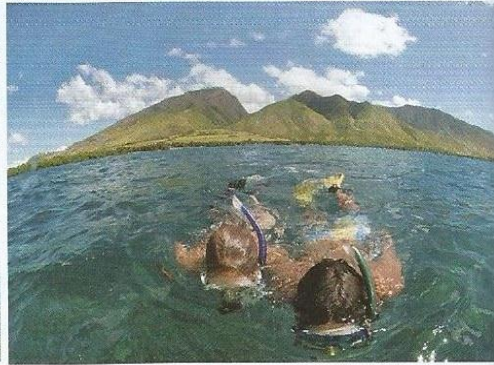
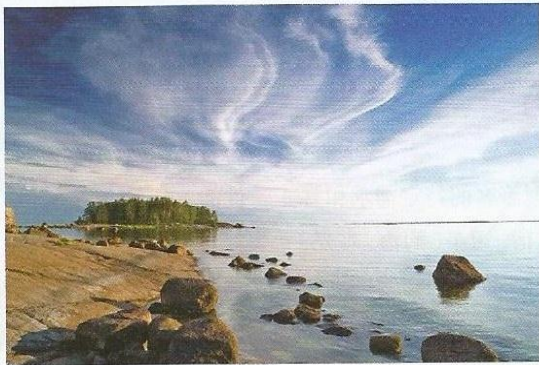
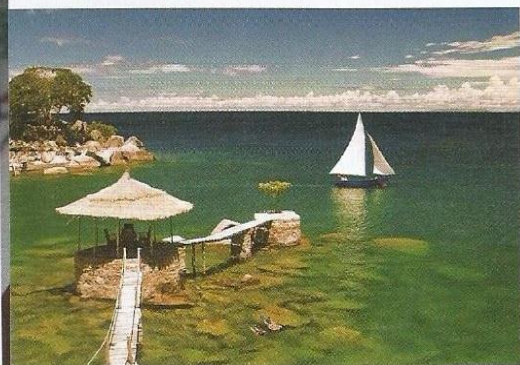
在线旅游的主要目标客户更为年轻化，他们对根据自身个性化需求而设计的旅游产品有着更为旺盛的需求。根据艾瑞咨询集团发布的《2015年中国在线旅游度假行业研究报告》，2014年，自助游在中国在线旅游度假市场交易规模中的占比为55.1%，比2013年的54.7%多出0.4%。跟团游的占比则从2013年的45.3%下降到了2014年的44.9%。

自助游虽然实现了“我的旅途我做主”，但它相比定制旅游还有一些缺点。选择自助游，旅客虽然可以免于跟团“随大流”地观看那些“被看烂了”的景点，避免快节奏的劳累奔波，但也可能会错失旅途中的亮点。旅客来到一个陌生的地方，如果不去人所共知的景点，那必然会面临去哪儿的问题。由于旅客对所在区域的风土人情缺乏了解，虽然在旅途上可以“任性”，但很容易体验不到值得体验的旅途亮点。旅客可以提前上网查各种攻略，不过

中国在线旅游市场交易规模



单位：亿元
数据来源：速腾研究院



这种时间和精力上的付出本身就是一种成本，而且查到的攻略还不一定好用。在这种情况下，就需要专业的定制旅游服务商根据旅客的个性化需求，提供针对性的产品与服务，让游客在实现“我的旅途我做主”的同时，还能不错失旅途亮点，可以说是对自助游的创新升级，在跟团游和自助游之间寻找到了一个最佳平衡点。

选择定制旅游的旅客一般都是为了追求更优质的旅途体验，而他们对体验的优劣也更为敏感。虽然云计算、大数据等技术在不断降低定制旅游的成本，但目前定制旅游的费用仍不便宜，所以中高收入群体是国内定制旅游服务的主要客户群体。例如，2014年成立的定制旅游平台游心旅行就明确宣称，其目标客户是白领及以上群体，多家银行的VIP客户、投资界人士都是游心旅行的现有或潜在客户。随着在线定制旅游在国内逐步发展成熟及相关成本的降低，在线定制旅游在中低收入人群中的普及率也将不断提升。

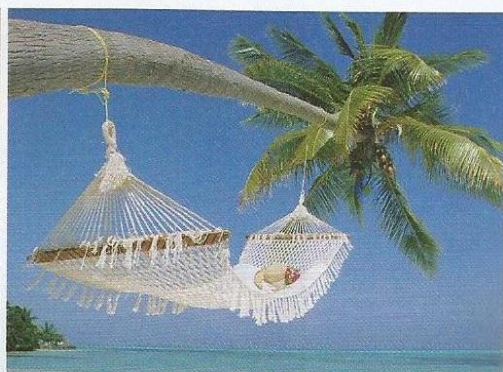
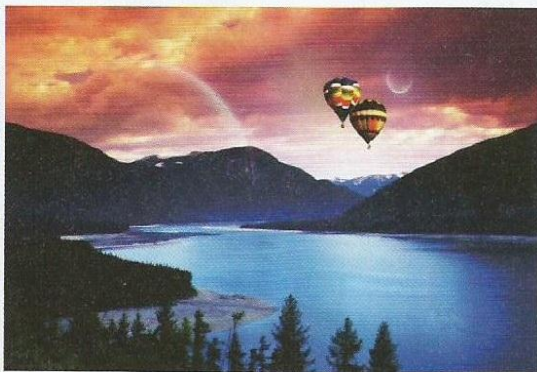
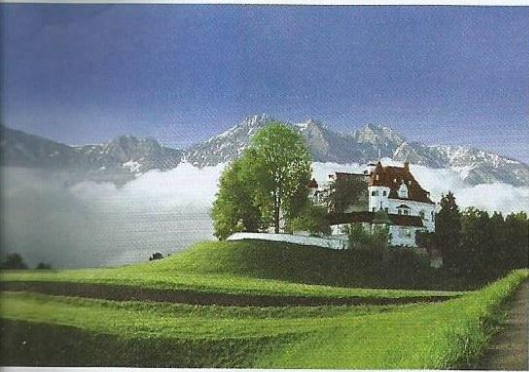
高端人群对定制旅游存在巨大需求。根据兴业银行和胡润研究院联合发布的《2014中国高净值人群心灵投资白皮书》，健康、旅游和教育是中国高净值人群心灵投资的前三大领域，旅游位居第二。高端定制、主题游、深度游则是高净值人群旅游投资的重要方向。超过两成的高净值人群需要私人定

制的高端旅游服务，最富有人群中的六成需要定制旅游。高端人群对定制旅游在价格上不敏感，但对体验敏感，这就对定制旅游服务商的资源整合能力和产品丰富度提出了巨大考验，毕竟资源整合的链条过长就很容易导致精力分散。

实现在线定制旅游的几种途径

个性化定制旅游主题。选择契合自身需求、爱好的特色主题是旅客深度体验定制旅游的一种有效途径。目前国内定制旅游市场已经开发了一批个性化的旅游主题，比如禅文化、亲子、高尔夫、极地游、直升机摄影、热带雨林、避世静修和医疗之旅等，这些主题的共同之处是让游客深度体验自己最感兴趣、最关注的场景。海外旅游公司甚至开发了更个性、更有特色的个性化主题供旅客选择。2014年，芬兰豪华旅游公司Luxury Action推出体验好莱坞大片的主题旅游服务。游客可以根据自己喜好，自编脚本，到达旅游目的地后参演该片，可为游客提供汽车追逐、打斗场面等电影场景，甚至是电影《霍比特人》中的玄幻场景，电影的拍摄和剪辑都由专业团队来完成。

实现组团上的定制化与个性化。组团与个性化的定制旅游并不矛盾，关键是能找到爱好、需



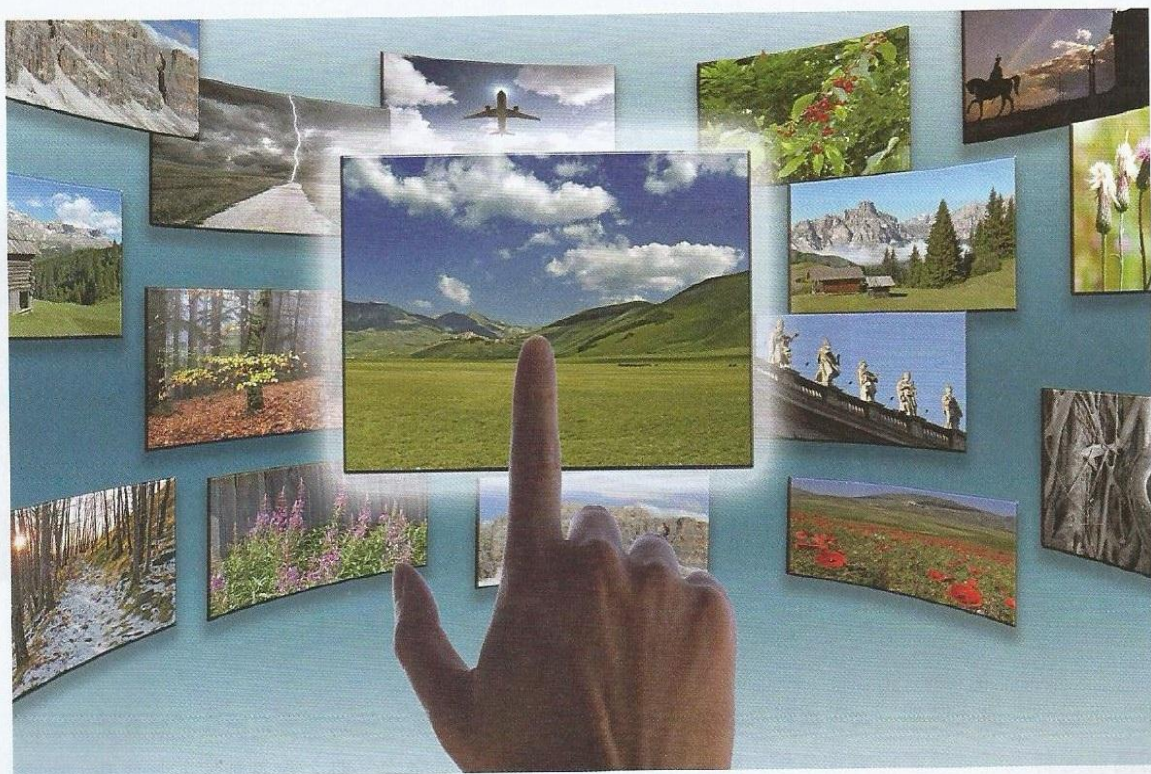
求与自己一致的人同游。太美旅行总裁郭明曾针对高端定制人群做过旅行需求分析,发现同普通游客相比,高端定制人群更看重“圈子”,他们认为“和谁去”比“去哪儿”更重要。这就为定制旅游服务商提供了一种思路,那就是实现组团上的定制化与个性化,让趣味相投的人同游,在满足他们旅游需求的同时,也满足社交需求。此外,旅游服务提供商还需要为每个“小团队”安排专业的旅行顾问。

把所有旅游要素打散,让旅客自由组合。一场旅途中围绕吃、住、行、玩、购等环节的差异有着大量的旅游元素。定制旅游服务提供商可以把这些元素打散,让旅客根据自己的需求进行模块化的拼接与组合。旅客可以增加、删除或改变相关旅游元素。如果旅客特别热衷品尝本地的特色美食,那么就可以增加美食方面的旅行元素,而弱化住宿等其他领域。如果说传统的大众旅游好比是购买现成的品牌电脑,那么定制旅游就是根据自己的需求和爱好购买各种电脑配件,自己组装电脑。如果用户更强调视觉享受,那就买高配置的显示器和显卡,而可以降低对其他元素的要求。

利用大数据分析,自动为旅客定制旅游产品与服务。长久以来,为旅客提供定制旅游策划的人力成本是制约定制旅游规模化的一大因素。如

果所有定制旅游策划都由定制旅游服务商自己的专业人员来完成,那么业务量的不断攀升,也会带来人员成本的不断攀升。然而随着云计算、大数据等信息技术的发展,一些定制旅游服务商开始尝试由数据分析来为旅客提供快速的定制旅游策划。以妙计旅行为例,旅客在线输入目的地城市后,系统会在几秒钟内提供规划好的行程。妙计旅行的系统能够从价钱、时间、体验三个维度去衡量和确定目的地周边因素,如住宿、交通、景点顺序等,它还可以随时根据游客的个性化需求迅速做出调整。

由当地人提供定制旅游策划。定制旅游还可以运用“共享经济”的理念,让在旅游目的地长期生活的当地人为旅客提供策划咨询。当地人对该区域在吃、住、玩等方面的体检和了解更深更全面,在了解旅客的需求后,往往能给出更合适的定制旅游策划。目前国内在这领域已经诞生了一大批初创企业,比如懒人游、Tagalong、客赞、鲜旅客、哈达旅行、收留我、丸子地球、智游啦和鲜旅客等。以懒人游为例,它搭建了一个对接旅客和当地人的网络平台,由长期生活在本地的人提供旅途规划咨询,不提供地陪服务。旅客与规划师自行沟通,规划师根据行程天数收费,懒人游不抽取任何提成或服务费。©



在线定制旅游典型案例

蚂蜂窝。面向“自由行”的旅途定制已成为旅游社交网站蚂蜂窝的重点发力方向。多年来，广大用户在蚂蜂窝网站上发布了海量关于旅游攻略、旅途评价等方面的原创优质内容。蚂蜂窝运用技术手段对所积累的内容资源进行语义分析，精准掌握酒店、餐厅、景点等分类数据，为旅客的旅途策划提供指导，然后与合作供应商提供针对性的产品与服务。围绕“自由行”，蚂蜂窝可以向用户提供全球6万多个旅游目的地的旅游攻略、旅游问答、旅游点评等参考信息，并基于大数据分析向用户提供交通、住宿、当地游等自由行产品和服务。用户原创内容、旅游大数据和自由行交易平台已经成为蚂蜂窝的三大核心竞争力。

6人游。6人游旅行网定位于精品小组团，主要为家庭、朋友和情侣提供出游的个性化解决方案，基于小团的用户需求来开发深度和主题旅游产品。6人游力图在散拼大团和高端定制游之间实现产品和价格上的差异化，在品质和价格间寻找平衡点。6

人游除了提供旅游行程的定制服务，还可以为游客提供一对一的旅行管家服务，以全程保障用户体验。用户可以在6人游的微信服务号快速完成各种需求沟通和在线支付，例如通过语音即刻下单，全天24小时随时与旅行顾问沟通。今年，6人游宣布成立6人游亲子基地，地址位于《爸爸的假期》亲子节目《爸爸去哪儿》电影版）拍摄取景地——奥伦达部落北京原乡美利坚会员基地。

假日阳光环球。假日阳光环球以“旅游包车+私人导游”为核心，吃、住、行、游、娱为配套，让用户进行自选式动态打包定制，围绕导游、租车、酒店、景点、餐饮、航班提供全方位的定制服务。假日阳光环球签约的导游有3000多人，旅客可以在网站上查看导游的个人介绍、图片视频、互动信息、游客点评和级别评定等信息，然后选择自己中意的导游。此外，假日阳光环球还可以为旅客提供丰富的定制用车服务。◎

责任编辑：宋辰 song_chen@ccw.com.cn |