

“2月16日,国家旅游局公布了第二批指定经营大陆居民赴台旅游业务的旅行社名单,包括旅游集团国旅、厦航国旅、春辉国旅在内的3家厦门旅行社榜上有名,至此,厦门有资格经营赴台游的旅行社增加到6家。

业内人士表示,这意味着厦门赴台游市场“三分天下”的局面将被打破,市场竞争将更加激烈;对游客和普通市民来说,台湾游的产品线路将更加丰富,价格也有望进一步下降。

旅游周刊工作室 刘竞/文



## 新增三家赴台游组团社 三分天下格局一朝打破

# 厦门赴台游市场 即将上演群雄逐鹿

事件

### 新增三雄 分食赴台游蛋糕

“名单确定了!”2月16日下午6时许,拿到了赴台游“牌照”的厦航国旅一派兴奋。在厦航国旅副总经理洪永晋看来,对于正处于经营体制变革期的厦航国旅而言,此次拿到赴台游资格,无疑为其市场扩张注入了一支强心剂。

除了厦航国旅外,厦门旅游集团国际旅行社、春辉国旅也出现在这份最新公布的赴台游旅行社名单上。这样,加上去年6月首批获准经营赴台游业务的建发国旅及福建康辉厦门分社、省旅厦门分公司,厦门的赴台旅行社数量已经达到了6家。

据记者了解,此次最新获批赴台游的这三家旅行社,都已经通过运营赴金马澎地区旅游这一市场而积累了相当成熟和丰富的操作经验,对赴台游早已摩拳擦掌,除前期的考察踩线、交流互动外,在线路设计、产品包装、人员培训等方面也都做了充足的准备。用集团国旅总经理易茗的话说,现在就是“万事俱备,只欠一纸公文”;洪永晋也表示,等国家正式公文发布后,其全部的赴台旅游产品便可立即上线推向市场。

影响

### 1 竞争压力增大 不碍市场发展

一下子多了三个竞争对手,原本在赴台游市场上可谓平分秋色的三家旅行社多少感受到了些许竞争的压力;但与此同时,他们也认为竞争对手的增加,除了对自身更有挑战性外,也有助于进一步激活整个赴台旅游市场。

谈及新增三家旅行社对原本赴台游市场格局的冲击,春辉国旅总经理马志强的话极具代表性:“独木难擎天”。在他

看来,市场是要做大的,只有形成一片成规模的森林,氧气含量才能随之升高;因此,大家一起把赴台游市场做大,才能给消费者、给业界自身乃至给整个市场带来更多的利好和发展。

福建康辉厦门分社总经理林志民也告诉记者,赴台游开放半年多来,由于受到成本偏高、产品线不够丰富,以及经济环境不理想等因素限制,与业界原本的市场预

期存在不小的差距,“可以说,赴台游现在只是开了个头,还有足够的生存发展空间,有待于同业者的共同开发与挖掘。”

易茗还指出,厦门具有“小三通”这一独特的口岸优势,厦门旅行社所面对的赴台游市场不仅仅是本市或省内其他城市,而应该放眼全国,吸引更多的外省游客经厦门赴台旅游,才能真正做大市场。

### 2 价格有望下降 游客将获实惠

对于游客和普通市民来说,最为关心的还是赴台旅行社的增多,是否会拉动赴台游价格水平的下调。对此,有专家指出,每个旅游目的地开放之初,如果只有少数几个旅行社经营,利润一定较高,待市场放开后,成本的相对下降必然导致价格回到正常水准。“参与竞争的旅行社多了,赴台游市场更加市场化,价格也会随着真正市场竞争的来临,而更加经济实惠”,林志民认为。

也有部分业内人士担心,新入市的旅行社会采取低价策略抢夺市场,对此,某新晋赴台游旅行社表示,不排除在赴台游产品上线推广之初,在保证质量、安全的前提下,进行适度的让利优惠来回馈新老客户,但从长期来看,价格战绝不是其主要的竞争手段。

建发国旅总经理陈丽霜告诉记者,现在赴台游的成本已经相对固定,而作为一种特殊的国内游,赴台游又受到国家最

低限价的政策制约,因此并没有相当大的成本调整空间;另外,随着消费者的日益理性,明白“一分钱一分货”的道理,旅行社要保证自己的产品水准,一般不会轻易降低标准来打价格战。在她看来:“对旅行社而言,以产品、质量、服务制胜才是王道;而对消费者而言,随着旅行社市场运作经验的成熟、产品设计的完善乃至同业合作的默契,才有可能从中获得更大的实惠。”

声音

### 领跑者 站稳脚跟信心满满

建发国旅总经理 陈丽霜

市场竞争加剧必然造成客源分流,但是有竞争才有动力。建发国旅经过半年多的赴台游经营,已经建立了较为完善的供应商资料库,组建了一支业

务精英团队,在赴台游的操作经验上相当成熟。因此,不但我们对这个市场有信心,而且我们的专业和用心也将是市场对建发国旅的信心来源。

福建康辉厦门分社总经理 林志民

由于台湾游市场开放不久,开发不够充分,对所有同业者来说可挖掘的空间还有很大;可以说,真正成熟的赴台游市场随着接下来竞争者的增加

才会逐步形成。当然,对我们来说,压力是有的,但这也能够促使我们更用心在产品和服务上,更踏实地做好这一市场。

省旅厦门分公司总经理 周位茂

更多同业者进入赴台游这个市场,必然使赴台游的氛围环境更加浓厚,从而刺激出游量的增加;游客的选择性多了,

可比性也多了,市场自然更加活跃。同时,作为从业者,我们也希望大家更好地合作,一起来维护市场,共享市场。

### 追赶者 拓展天地胸有成竹

厦航国旅副总经理 洪永晋

拿到赴台游的牌照,是这两年厦航国旅的主要工作目标之一,在今年三月初能够得以实现,对厦门的旅游市场与厦航国旅而言是一个十分重要的契机。到目前为止,厦航国旅已经开了二十家社区营业店,借

助自身独有的经营模式和独创的“e行”(自由行)品牌,我们更能根据各个层次旅客的不同需求,量身打造赴台的旅游产品。“选择厦航国旅,一路欢声笑语”的精神,会得到更深层次的贯彻。

集团国旅总经理 易茗

此次开放台湾游对集团国旅来说是一次机遇,也是厦门作为大陆居民赴台游黄金口岸这一定位的大势所趋。台湾游产品更加丰富、价格更加合理是集团国旅对开放台湾游所做

出的承诺,集团国旅将针对目前台湾游市场现状,着手挖掘深度游、修学休闲游、自由行等线路主题,保证产品品质和服务细节,力争成为游客们最值得信赖的赴台游旅行社。

春辉国旅总经理 马志强

对于春辉国旅而言,通过经营大陆居民经厦门口岸赴金马澎地区旅游和对接台湾游客经“小三通”入闽游,已经积累了相当的对台经验,并且与两岸业界热络互动,对接起来更是驾

轻就熟。因此,我们与竞争对手的差距只存在于规模大小上。此外,台湾对老年人有着更为强烈的情愫和吸引力,对于一直以老年人旅游为强项的春辉国旅,可挖掘的市场空间相当大。