



当前位置: [首页](#) > [借鉴世界](#) > [旅行社经营管理](#) > 正文

旅行社夏令营产品存在的问题及对策（下）

文章来源: 中国旅游报 文章作者: 发布时间: 2007-07-11 字体: [大 中 小]

以上问题在旅行社夏令营市场实践上表现比较集中, 社会舆论对此非常不满, 前几年夏令营市场更是四面楚歌, 甚至已经有人开始置疑旅行社组织夏令营的资格。这固然有些矫枉过正, 但是, 旅行社却应该从中吸取教训, 在夏令营产品的完善方面做出成绩。笔者认为, 旅行社夏令营产品应注意以下几个方面的发展:

在深化异地夏令营的同时, 推动夏令营的本地化。本地化是一个相对的概念, 对于一个大的客源市场而言, 旅行社完全可以在夏令营本地化方面有所作为。由于暑假时间长, 夏令营的本地化可以使活动时间延长, 使夏令营改变过去只持续7到10天的状况。夏令营的本地化还可以节省大量长途交通费, 使成本降低, 从而降低了门槛。费用的降低也能使旅行社扩大市场基础, 吸引更多的青少年参与进来。夏令营的本地化使旅行社拥有了更多的控制力, 可以真正进行特色的设计与开发, 这将对夏令营的品牌化产生良性推动作用。甚至可以这样认为, 未来旅行社夏令营的发展, 依赖于这种产品本地化程度的提高。

适应大众家庭的需要, 以规模带效益, 努力形成一整套合理的价格体系。市场上夏令营的价格与一般旅游的价格相当, 大多在500元以上, 有些豪华夏令营的价格甚至高达万元, 价格门槛把不少客源拦在门外。旅行社粗放型的经营没有对产品进行细分, 也没有对市场进行细分。夏令营产品只是适应了部分市场的要求, 更大的市场空间、更多的潜在需求还没有被发现。我们完全可以经过深入的调查, 进行夏令营产品和市场细分, 由粗放经营发展到集约经营, 形成高、中、低不同档次的产品, 发挥夏令营产品的规模效益, 从而取得更好的经济效益与社会效益。

深入探索夏令营的特殊规律, 不断推进规范化。夏令营产品有其特殊的内在规律性, 旅行社应努力探索夏令营操作的规律, 建立一整套完善的操作机制, 使夏令营与一般旅游的关系清晰化, 与一般培训的区别明确化。旅行社应确立独特的夏令营操作规范, 从产品设计、营销、实施、安全保障、售后服务等各个方面提升夏令营的品位, 使其具备层次性、针对性、前沿性、规范性和专业性, 从而真正成为有一种独立个性的“产品”。

旅游管理部门和旅游理论界深入研究, 促使夏令营管理制度化。不可否认, 夏令营已由以前的公益性活动转化为一种消费活动, 以赢利为目的的旅行社夏令营产品让社会舆论颇有微词, 呼唤公益性的夏令营能够再生。这实际上反映了人们对夏令营混乱现状的不满, 对此, 旅游理论界应进行深入研究, 提出解决问题的思路; 旅游行政部门也应加快相关法规的制定工作, 使旅行社在夏令营操作上有章可循, 尽快使夏令营走上发展的快车道。

总之, 旅行社夏令营市场的火爆并不能说明其产品的成熟程度, 在夏令营产品创新的道路上还有相当一段的路程要走。旅游业界应正视现实, 对夏令营产品仍处于初级阶段保持清醒的认识, 在产品优化和创新方面投入更多的精力, 促进夏令营产品内涵的提升。只有这样, 夏令营才能走上良性发展的轨道。

[↑返回顶部](#) [打印本页](#) [关闭窗口↓](#)

用户名: (新注册) 密码: [匿名评论](#) [所有评论] [发表评论](#)

评论内容: (不能超过250字, 需审核后才会公布, 请自觉遵守互联网相关政策法规。)

§ 最新评论:

[♂ 推荐文章](#)

[♂ 热点文章](#)

- 旅行社品牌建设的整合营销
- 特别推荐: 网络时代我国旅
- 从高端旅游产品特征及本质
- 怎样才能做好高端旅游产品
- 山东省韩语导游现状调研及
- 旅游文明与导游使命
- 特别推荐: 中外旅行社制度
- 山东省韩语导游现状调研及

[♂ 相关文章](#)

- 从相关者的角度反思导游“
- 旅行社夏令营产品存在的问
- 正确把握旅行社奖励政策
- 山东省韩语导游现状调研及
- 中小旅行社制胜奇招: 旅游
- 山东省韩语导游现状调研及
- 旅行社品牌建设的整合营销
- 浅谈旅行社的合纵战略

**吸收研究员
公告**

到邮局订阅
《中国旅游报》
 邮发代号: 1-40 全年228元

中国旅游报

**海南旅游
金牌榜**

海南度假网