# 旅游散客市场状况分析

来源：网络 作者：清香如梦 更新时间：2024-10-08

*据权威部门分析和预测，进入21世纪后，我国散客在旅游比例将突破70％，成为旅游市场的主角。因此，认真分析散客旅游的起因与发展态势，探讨市场开发的营销策略已成为我国旅游业发展中一个重要的研究课题。一、散客及其产生的原因散客意为去异地独立旅游者...*

据权威部门分析和预测，进入21世纪后，我国散客在旅游比例将突破70％，成为旅游市场的主角。因此，认真分析散客旅游的起因与发展态势，探讨市场开发的营销策略已成为我国旅游业发展中一个重要的研究课题。

一、散客及其产生的原因

散客意为去异地独立旅游者，这种旅游往往预付一定旅费，没有陪同，人数多在5人以下，但在某些地方如遇游客要求，也可提供导游服务。

有时也被称为异地个人旅游，即个人或家庭按照特别拟订的旅游计划单独进行或由一家旅行社承办，根据和旅游批发商一同制订的旅游计划进行的旅游。实际上，由于散客没有明确的定义，人们可以从不同角度加以界定，如以包价形式、团队规模、委托形式、销售方式以及组团地点等为标准，但有一个共同点就是散客旅游都具有自主性、灵活性和多样性的特征，但旅游产品的购买上强调“点菜式”或“量体裁衣式”，游客自愿结合，自定路线，“随走随买”，而非一次性付清旅行费用或完全被动接受既定的旅游项目。

散客旅游的发展是旅游业进入更高层次、更新阶段的产物，也是旅游业发展的必然趋势，虽然由于老弱游客、初次出游者以及语言障碍等因素的存在，团体旅游不可能完全消失，但其规模将会缩小，团体模式也将有所改变。在团体旅游与散客旅游的并行发展中，前者会不断结合散客特点，向后者经营方式的方向作出相应调整，产生介于团体或散客旅游之间的中间形式，以适应市场的需要。

三、我国散客旅游市场的营销策略

当前，我国发展散客旅游尚存在一些亟待解决的问题：其一，回运力紧张，交通票预计周期长，变更率高，购买困难；其二，社会服务体系欠发达，景点缺乏规范化的标识，卫生状况堪忧；其三，信息和通讯服务有待改进，缺少对散客的咨询系统等。因此，我国散客旅游市场的开拓必须认真分析散客需求特点，在经营思想和经营方针上切实采取行之有效的、有针对性的营销策略。

（一）散客旅游市场的调研。由于缺乏对我国散客旅游市场的研究，造成了旅游企业在经营和管理上的混乱，处于较为被动的局面。当前，应将市场调研提到重要的议事日程上来，予以应有的重视。通过对主要客源散客的旅游目的、社会经济特征、行为特征以及客源流向等进行深入的调查，系统地搜集有关散客旅游供求方面的信息，从而确定旅游产品在市场上的地位，以制定出符合客观实际的营销策略和目标。

（二）产品策略。散客与团队游客的主要区别在于：团客购买组合完整的旅游产品；而散客则是分散购买产品的个别项目，再加以随意组合。因此，旅游企业应努力设计多种旅游产品供游客选择，在产品结构上，可以采取零星委托式、自选式、组合式、定制式等多种模式，由散客按其所需自由组合。以黑龙江冰雪旅游为例，可以开发出不同的专题旅游，如以冰灯游园会为中心，推出以冰雪艺术、冰雪娱乐、冰雪文化、冰雪体育、冰雪经贸为内容的哈尔滨冰雪节，游客可以不受团队旅游集合时间的限制，时间充裕，充分领略冰雪旅游的魅力。以冰雪为专题也可以组织镜泊湖、桃山、亚布力等地各具特色的冰雪旅游项目，镜泊湖的冰瀑与桃山、亚布力的高山滑雪场具有不同于平地人工冰景的意蕴，可以丰富冰雪旅游的内容，使游客有充分选择余地。

（三）价格策略。传统的全包价旅游形式，随着旅游市场的开放和发展，已受到日益严峻的挑战，尤其是我国全包价旅游的直观报价高于海外旅游商普遍实行的半包价旅游的报价，给海外游客以中国旅游高价位的错觉，从而影响了海外客源市场的开拓。散客旅游的支付方式是“现付现享，零付零享”，对价格变化的敏感度也高于团客。因此，散客市场的开发在价格策略上主要应发挥好价格杠杆的良性调节作用，采用灵活的作价方式。此外，一些过去只对团队的价格策略也可以经过改造而移植到散客市场上来。1.区别不同时间实行差价。如对散客，旅游淡、旺季实行浮动价，淡季客房优惠，连续住宿越多，价格越优惠。景点门票周末价高于平时等。2.区别不同空间实行差价。如旅游热、温、冷点实行不同的定价。3.小包价团。指游客预付部分旅费，由组团社提供南罨?痉?窈脱≡裥月糜蜗钅俊ｋ南罨?痉?裰附铀汀⒍┓俊⒃绮秃徒煌ㄆ保?≡裥凿?老钅糠帧耙蝗沼巍薄ⅰ鞍肴沼巍钡取ｑ≡裥韵钅康チ校?患迫胱酆习?壑校?慰涂梢愿?菪枰?孕写?怼?.一地成团。指游客可以根据组团社提供的路线和浏览项目，按指定的地点和日期，汇集成团队进行旅游，汇集前费用则由游客自理。

（四）促销策略。吸引散客旅游，还必须对已确定的旅游项目进行形象而具体的宣传促销，将旅游信息传达给尽可能多的潜在游客。首先，必须塑造和树立鲜明的旅游目的地形象，突破其特色，在人们心目中占据有利的地位。其次，要提供内容详尽的，符合散客需要的旅游宣传印刷品，包括旅游线路说明书、目录集、导游指南、价格表、各种单页宣传品、宣传小册子，以及其它用途的信封、挂历、明信片等，介绍有关旅游地文化、地理、物产、风俗民情、风光名胜和交通、食宿、购物及其基本价格等情况，以帮助人们增加了解，消除顾虑，增添游兴。旅游印刷品具有图文并茂、实用功能强、可长时间保留，随时提供信息支持，而费用低廉的特点，在旅游促销上具有重要的作用。再次，充分利用报刊、电视、电台等大众传媒，以及参加旅游博览会、巡回展销会，做好广告宣传，进一步扩大影响，增加人们接触信息的频度和密度。

（五）渠道策略。散客的输入渠道较为繁杂，总的原则应是既有重点又有广开渠道。第一，旅游社应成为散客有求必应的咨询窗口，热情提供各种旅游信息，推荐灵活多样的服务项目。目前应逐步推广在旅游社设置“散客部”或“散客中心”的作法，真正将散客业务提升到主体业务的高度，及时追踪散客市场动态，做好信息反馈，给予散客高质量、多样化、个性化的服务。第二，应逐步建立和健全散客预订系统，尤其是在交通、客房和浏览项目方面逐步建立为散客服务的电脑预订网络，通过电脑联网，随时了解各交通部门、饭店的预订情况，接受散客咨询和预订，并可储存旅游资源方面的信息，根据散客的不同需要，代为规划旅游线路。第三，应在交通枢纽，如航空港、码头、车站、市区主要街道路口等设立醒目的中外文路标、导游交通图、指示牌等，清晰地标示各游览点的地点、方位和距离，为初到的游客“指点迷津”。第四，应鼓励旅游企业人员走出企业大门，到市区繁华地段亮牌设点，设立“旅游问讯中心” ，提供咨询帮助以及代购交通票、代订客房等。第五，有条件地区可开通旅游信息咨询专线电话。

散客市场的营销工作是一项复杂的系统工程，除旅游企业自身的努力外，还取决于整体社会环境的优劣，散客接待需要构建社会的整体运作机制，其中旅游地居民对外来游客的热情欢迎、热心指引和帮助；旅游景区环境整洁、和谐优美；交通、通讯部门为游客流动提供顺畅无阻的通道等都是这一机制的有机组成部分，也是散客旅游产品不可或缺的重要组合元素，需要旅游企业与社会各相关部门加强协调，密切合作，共同营造一个安全、便利、舒适、友好的旅游宏观社会环境。

本文档由站牛网zhann.net收集整理，更多优质范文文档请移步zhann.net站内查找