

“从结缘开始,我这么多年间享受的都是很好的服务,希望这份对客户的温度,能一直保持下去。”——老用户苏雅

1999年,在上海从事贸易工作的苏雅需要频繁前往广州。她记得,当时机票价格十分昂贵,购买机票的程序也极为繁琐,就算是出差,也只有职务达到一定级别的人,才可以凭借单人的介绍信到民航售票处购买机票;酒店也如此,需要通过熟人或公司协议价进行预订。同年,在上海,中国在线旅游业的开创者携程破壳而出,OTA(Online Travel Agency 在线旅行社)首次进入人们视野。携程从传统的酒店、机票订票业务开始,将传统酒店预订搬到了网上。携程一岁,启用“发卡”方式“介绍”自己,苏雅收到了朋友赠送的卡片,几乎成为了“第一批吃螃蟹的人”——成为初代会员,用携程在线订酒店。虽然,2000年还不像如今这般,拿起智能手机轻轻点击就可完成订单,只能通过电话预订或通过台式电脑操作,但在OTA萌芽期的初体验,还是让经常出差的苏雅感到了便捷。光阴荏苒,许多20年前的记忆,在苏雅的脑海里已经稍显模糊,但她仍清晰地回想起,多年前,自己错过了广州回上海的飞机,到达机场时,已无法再购买当天机票,她只能在机场等待一整天,购买了第二天的机票。“旧时王谢堂前燕,飞入寻常百姓家。”2001年,携程开发出了异地购买

“下一段说走就走的旅程,我会比现在更有勇气!”——年轻人夏薇

时光回溯,以前,陪伴一段旅行的,是导游和手中的小红旗;后来,贯穿一段旅行的,是说走就走的勇气和自由。15岁之前,夏薇和外公外婆生活在云南的一方小县城,父母在距离30公里外的城市上班,每逢周末,她就得独自坐着小小的班车与父母相聚。每次坐上班车,她都要悄悄抹眼泪,一部分,是对分离的不舍;另一部分,是对未知路途的害怕,尽管这段路途并不遥远。因为父母工作繁忙,夏薇甚至连随着小红旗走的跟团游都未曾体验过几次。18岁那年的夏天,她做出了一个令自己和父母看起来颇有些“惊人”的决定:独自一人前往距离云南2000公里远的上海,进行一场高考夏天结束后的狂欢,亦是对开启大学生活的献礼。作为95后的年轻一代,“上车睡觉,下车走马观花”的跟团游已远远满足不了夏薇的需求,她想要更多自由,打卡更多网红点和网红餐厅,而不是把时间浪费在自己毫无兴趣的某些流程和景点上。对于这个想法,父母则显得有些忧虑,毕竟,在三年前,她还是一名独自坐30公里都会哭鼻子的女孩。其实,早在2004年,“自由行”的概念就在中国普及起来;2009年,携程发布的“自由+机加酒”产品,使得旅游者可以在机票、酒店之间自由组合,动态打包;2013年,携程旅游推出“平台化”战略,手机作为年轻人重要的身体器

机票功能;2002年,随着人们能够购买往返机票,携程机票预订量增长6倍,每个月机票预订量达到10万张。苏雅用携程预订机票、客栈,和先生一起,完成了好几段前往大理的旅行,并于2009年定居大理。如今,作为资深“新大理人”,在线旅游服务平台对大理的影响让她也颇有感触。“影响不仅体现在外来游客身上,其实也体现在本地居民身上。”苏雅说,“我刚到大理时,大理古城还很安静,但现在变得十分热闹了。网上预订机票、动车票来大理的游客与日俱增,酒店、客栈民宿的可选择范围越来越广,旅游生意蒸蒸日上。”作为跨越20年的老用户,苏雅笑着形容,自己和携程“八字很合”。多年来,热爱旅游的她经常使用携程出游,在一次前往土耳其的旅行中,酒店预订时因为翻译偏差出了问题,但是苏雅发现,她不需要拨打400或800开头的客服电话,只需联系客服,即刻就得到了令她满意的解决方案。从萌芽期走入成熟期,完成从OTA到OTP到OTC再到OTS角色迁移的携程,在苏雅心里一直是在线旅游业的“老大哥”。如今,除了前往各地旅游,苏雅也用携程便捷地预订回浙江的机票看看父母,处理事务。在一定程度上,在线旅游20年的发展使她留在大理少了很多顾虑。

官延伸,与移动预订机票、酒店,产生强关联。“决定之后,其实我心里有点发怵,做了很多旅行攻略。自己预订打包机票和酒店,购买门票;提前阅读别人的旅游体验,选择景点、餐厅,进行路线规划,听起来很复杂吧?但在实际过程中,用手机就完成了准备工作。”夏薇说。抵达上海后,还未走出浦东机场,她就接到了酒店接送司机的电话。在当下,虽然地铁、网约车等出行方式已经高度便捷,但贴心的接送还是让拖着大行李箱的小姑娘省去了不少麻烦。“回想起来最贴心的,莫过于为了避免辗转的麻烦,购买了‘一日游’产品。”夏薇回忆道,该行程是十一点前往上海博物馆,结束后抵达城隍庙,都是自由游览,中午自行吃饭后再登东方明珠塔,晚上乘坐游船游览黄浦江。核算下来,单是所有项目的门票加在一起都远远超过我订购产品所花费的金额。值得一提的是,导游是有评价机制的,无论你感到有什么不舒服的,都可以认真地说出来。”她说。结束了为期一周的旅行,落地昆明机场的时候,父母迎上来,问她这段说走就走的、一个人的旅程是否有些兵荒马乱? “下一段说走就走的旅程,我会比现在更有勇气!”夏薇笑着说。

回眸在线旅游20年 大众出游发生质变 诗和远方不再遥远

云南,丝绸之路,彩云之南,自古就与交通和旅游结下不解之缘。

云南人的出行,从最早用脚丈量,长途跋涉,到坐着客车翻山越岭,再到高速公路自由穿梭,直至如今,搭乘高铁、飞机出游,已经成为大众最为普遍的出行方式。

云南的旅游,从最早的苍洱古城入梦来,到如今崇山峻岭隔不断,打开手机挑选心仪的客栈,到了当地灵机一动,报个流程清晰的定制私家团,美景——任君打卡。

这一切,很大程度上,得益于在线旅游业的发展。携程作为中国在线旅游业的开创者和引领者,回顾和云南一起走过的20年,参与着、服务着、见证着、推动着云南交通、旅游、社会的发展。



丽江金牌导游李俊

作为旅游的从业者、变化的亲历者,我感觉在线旅游给丽江旅游带来的帮助,是全方位的。——导游李俊

2003年,携程作为中国在线旅游服务商(OTA)第一股,在美国纳斯达克股票交易所上市。初始发行价为18美元,开盘价24美元,当日收盘较发行价上涨88.56%,在当时,成为了纳斯达克市场3年来开盘当日涨幅最高的一只股票。同年,数据显示,我国入境游客已达9166.21万人次,国内旅游人数8.7亿人次,旅游业相当于当年全国国内生产总值的4.18%,成为国民经济新的增长点。携程上市钟声敲响的一年后,在酒店做前台、土生土长的丽江年轻人李俊,因为接触了很多有意思的游客,成为了一名携程的专职导游。那时,他需要拿着游客们的登机牌,去到机票代售点帮他们一一确认;而丽江的客栈业也远不如如今发达,游客如果需要订购房间,往往需要到达丽江后,拖着笨重的行李去寻找并实地考察房间和价格。15年间,李俊获得中国阳光旅游使者全国冠军、丽江十佳导游和文明导游、丽

携程在通航方面很“敢为天下先”。通航,作为新生事物,很多路都是公司默默去探,维护系统需要大量物力、人力、财力支持,无论是华彬亚盛还是携程,在通航这条路上,都处于投入期,没有漂亮的钱可挣,但携程在整个通航通勤运输的生态中,为通航小伙伴们节省了

——合作伙伴华彬亚盛通用航空(北京)有限公司市场营销总监张杰

2018年3月,华彬亚盛通用航空(北京)有限公司开通普洱思茅机场到澜沧景迈机场的通航航线。以往,从普洱到澜沧要经过5个小时地面路程,通航开通之后,飞行将时间缩短为30分钟。这是我省第一条短途运输航线。2018年9月,携程上线此条航线;截至2019年8月,此条线也是携程上全国地区销售情况最好的通航航线。云南是全国通航出行人次第二多的省份,仅次于内蒙古。“公司在内蒙、新疆、河南、山西都开通了航线,但可替代的交通工具很多,与云南的‘望山跑死马’不同,地面交通路程长,一旦遇到雨季,塌方影响出行。并且,作为国家级贫困县澜沧来说,通航的开通也助力着它脱贫的步伐,所以云南的通航成绩单确实很漂亮。”华彬亚盛通用航空(北京)有限公司市场营销总监张杰说,从2018年3月至2019年8月,华彬亚盛共执行航班超过1200架次,飞行小时超过1000小时,运输旅客超过12000人,平均客座率超过65%,执行率超过99.8%,准点率超过90%,票价相较于其他运营航线更加接近市场。其中,云南航线创造了中国短途运输史单架飞机的多个第一,即航班量第一、准点率第一、载客人数第一、载客率第一、执行率第一、准点率第一。起初,华彬亚盛通过自己的微信公众号和当地旅行社进行合作营销,直至2018年9月,携程上线普洱往返澜沧航线,后又陆续上线澜沧往返西双版纳航线,对通航的销售和联程都产生了影响。在张杰看来,携程为公司提供了航班



信息传递的途径,购买航班票务的平台以及旅客了解通航的渠道,他所在公司的基地位于天津,在云南属于域外航空公司,航班最终能否运行,与机场、消费者等需求方的认可、市场的支撑分不开,而携程在当地的推广工作推动着通航的持续运行。张杰举了个例子:“从全国去往西双版纳的民航航班很密,但是再转机到澜沧或者普洱,民航航班就会少一些,这时候携程就会自动匹配联程我们的通航航班,一方面方便了旅客出行,另一方面,也促成了我们销售的提升。”“作为华彬亚盛通航航线主要的销售渠道,携程的整个系统不同于121黑屏的销售系统,它有固定团队开发短途通航系统客票销售,在我们航班刚开始对库存存在经验误差超售时,他们的客服会做很多工作。”张杰说,携程的“客户观”很重要,“让客户感觉不到运输航空和135部通航企业的短途同行航线的区别。”

江金牌导游、携程自营品牌金牌导游等等殊荣,与之一起成长的,还有以携程为代表的在线旅游平台。“很早之前,几乎所有的游客都会选择传统的‘昆大丽’线跟团游,第一天从昆明出发,在大理、丽江停留两三天后,返回昆明,游客们仅仅把丽江作为一个中转站。而如今,许多人使用携程,他们会提前购买机票、汽车票、动车票,直观地选择客栈。在旅行的第一天就到达丽江,在丽江游玩三五天后,再从丽江出发,中转站变成了目的地。”李俊说。他慢慢发现,在使用携程的游客与日俱增的情况下,传统旅游方式渐渐被抛弃,越来越多的人不仅通过携程完成预订工作,还对旅行进行提前攻略,有了更多属于自己的出行景点规划,更愿意选择携程的“精致小团”“私家团”“半自助”等特色跟团旅游产品,用定制路线打卡自己心仪的网红景点。“以前,我带着游客到玉龙雪山,介绍完景点故事或者海拔后,游客过一小段时间就忘了,当他们想发一条朋友圈需要海拔数字时,往往需要我不断重复。但当他们选择携程旅游产品后,平台会把整个旅程列出清单来,细化时间、行程规划、景点等相关内容,清晰地游客呈现,大大减轻了旅行社、导游的负担。”李俊表示,传统旅行团一个导游、一个司机负责二三十名游客,但“精致小团”“私家团”等特色产品,一个导游、一个司机只负责三五个人,增加了许多就业机会,增加了收入。2015年,携程宣布,建立导游点评奖励制度,用户将可以参考点评选择跟哪个团,满意度高的导游将有资格入选“金牌”。李俊是此制度的参与者,也是携程的“金牌导游”之一。“有一些游客会点名选择我带的团,问及原因时,他们就说是我的评价很好。”据他介绍,当游客在携程上选择旅游产品,结束后即可对导游做出评价,评价客观、真实,也是公开、透明的,每一个携程用户都可以看到,并且以此作为选择导游及产品的依据。点评机制对于丽江酒店、客栈发展的助力也是肉眼可见的。如今,丽江可谓是走三步就有一个独具特色的客栈,从以往的拉着行李实地挑选,到如今用携程就可即时预订,对于客栈而言,无需花费高昂的广告费打出名声,而是把重心放在客户服务上,游客的满意度提升,评价更高,就可以得到关注和青睐。

统筹 曹婕 本报记者 朱婉琪 曹婕 文 携程供图