



# 塔川秋色正美

中国最美的四大秋色地，塔川是之一，另三处为九寨沟、喀纳斯、香山。11月的塔川，正是观秋之时，满山树叶色彩斑斓，粉墙黛瓦掩映其中，就似一幅画，塔川的摄影黄金季来到。错过这段时间，那就要再等上一年，才能看如此美景了。

塔川又名塔上，位于安徽黟县宏村两公里处，背倚高耸云端的黄山西南余脉黄堆山，遥对碧波荡漾的十里奇墅湖，粉墙黛瓦飞檐翘角的二三十幢古民居依山而建，层层叠叠，错落有致，远远望去，就好像一座巨型宝塔，藏身在山谷之间，掩映在浓荫丛中，塔川之名由此而来。

从宏村出发，沿宏涇公路不出两公里，便到塔川村。深秋时节，塔川山林的树叶渐渐变成了暗紫色，又由暗紫变成一片深红。村边地头到处是红叶片片，粉墙黛瓦的安徽民居藏匿于其中，显得格外妩媚与多姿。村口有5棵参天古树，已生成成林，时下林中一片飞红，这便是塔川一景“五树参天”。穿过古木林，依清溪沿石阶拾级而上，便进入了村内。漫步村中，既可以领略山间村民古朴纯情的生活乐趣，又可以观赏“溪绕前屋”、“竹山莺啼”、“塔川洞天”等绝妙景观。

塔川之秋，清晨最美。整个村子笼罩在薄雾的雾气里，影影绰绰，朦朦胧胧。红枫丛中农

家小屋只露出飞檐翘角，就如中国山水画般具有诗情画意。塔川红叶是一种槭子树，经过霜降，由绿变黄，由黄变红，中间呈七彩颜色，任意选取一个角度，都是一幅绝美的风景画。从宏村到斜里的那段，秋色景观更为丰富——溪水汇入奇墅湖，冲出一大片肥沃的泽地，阳光暖暖地照下来，遍地粉色小花，指甲盖大小，牛马悠闲啃草，山上一路白茶花盛开，蓝色的浆果色调艳丽，矮枝桑树枝头顶着一簇绿叶，一蓬蓬地向着太阳，那景致只有在画中见到过。

## 【旅游提示】

**交通：**黄山至黟县可坐中巴班车；黟县到宏村有机动班车，人满即开；从宏村到塔川，步行半小时就可抵达。

**住宿：**宏村、塔川都有民居可住。

**美食：**塔川物产特别丰富，山珍野味多；特色美食有臭鳃鱼、毛豆腐、蟹壳黄烧饼、五城豆腐干以及各种用鲜笋或笋干烹调的美味。“臭鳃鱼”，名为“臭”，其实香，鳃鱼用作料腌制，再配上碎肉丁一起蒸，撒上泡辣椒，却又不过分红火，滋味浓厚。霉干菜烧饼，刚出锅的是最好吃的。还有一种煎饼，由几种不同原料做成，不同口味，很脆，在古代是御膳。

(新民)

# 自由行市场——旅行社新的用武之地

《旅游法》实施已经过去一个月，对不少守法旅行社来说，相对于“跟团游”的损失，自由行业务的增长可谓微不足道。面对传统业务的一时颓势，各大旅行社有哪些应对策略？在未来的市场中，自由行、半自由行是否能成为各大旅游机构新的用武之地？

## 跟团游降70%

在《旅游法》实施后的一个月中，跟团游较去年同期下降70%。谈及自由行比重增加的原因，某旅游集团公关市场部总监郭某认为，在自由行业务的增长中，经济型酒店功不可没——旅行社跟团游多为3星级及以上酒店，而不少3星级酒店体验却不及优质的经济型酒店。免费早餐等针对自由行的增值服务，经济型酒店显示出更高性价比。不少生于上世纪80年代、90年代的游客都认为，行程可以自己安排，没必要通过旅行社。《旅游法》实施后跟团游价格的增加，将不少游客推向自由行。选择半自由行的游客，多数只是初次出境。

## 自由行上涨10%

据记者了解，在《旅游法》实施后的一个月，捷达假期、海海旅游两家的自由行业务都增长了10%左右。捷达旅游市场部经理杨维一告诉记者，泰国线路原本就有一天的自由活动，这样可以延长单个景点游览时间，减少游客奔波，提升旅游体验。而在海海旅游市场总监孙丽娟看来，“半自由行”中的“自由时间”，主要是规避了购物和自费环节的风险。“既然游客有购物需求，《旅游法》又不许旅行社强制安排购物，那把时间交给游客是最合理的。”孙丽娟说。

## 入境自由行需依靠境外渠道

中国旅游综合管理部总经理何声康表示，经营旅行社的公司往往是以线路为主，不会专门去做一个咨询平台。“国外介绍北京景点的网站很多，游客完全没必要只在旅行社的网站上了解这些信息，这不是旅行社去做的内容。”国旅的网站上有这类信息，有北京的具体介绍，这是销售产品的平台。游客可以通过很多其他渠道去了解这些信息，就旅行社方面来讲，企业都是有自己的针对性的，不会随便去做信息平台，更多的精力会放在产品研发方面。

(北商)

据了解，以国旅总社为代表的不少大型旅游机构，入境游产品是通过国外的批发商和分销商来销售，固定的分销渠道销售额占到国旅入境业务的90%；另外国旅自己的外文网站也提供以北京为目的地的自由行、半自由行的产品信息。

## 自由行、半自由行难成为主流产品

何声康认为，海外的老牌旅行社（从业五六年以上的旅行社）一般不愿销售自由行产品，原因有二：首先，境外游客通过当地组团社了解中国产品，在这个过程中，组团社充当了“中介”的角色。在境外，这种角色盈利模式尚不清晰，所以自由行、半自由行产品一般由电子商务平台在做；此外，责任和盈利不成正比：自由行、半自由行随意性大、变数多、时间较长，所以旅行社需要承担的责任也大。自由行游客活动不受控制，但是地接社要对入境游客在华的行为负责，所以国内旅行社推广入境自由行、半自由行的积极性不高。目前入境游产品中的自由行业务数量不多，基本处于“有需要就满足，但是不积极推广”的态度。

对于传统旅行社来说，主流产品就是团队旅游，这部分业务最具规模化效益，服务最能得到保障。对此，有业内人士认为，对于文化跨度大、相对陌生的目的地，游客适合选择跟团游；对于海岛等休闲目的地，自由行、半自由行更适合。

## 结构变化催生产品创新

哪些目的地适合半自由行？专家认为，应根据目的地的具体情况来判断，像普吉岛、民丹岛等休闲目的地较适合半自由行；文化、历史景观集中的目的地比如北京，更适合跟团游。面对后《旅游法》时代市场需求的改变，旅行社也不断推陈出新：为了将自由行和跟团游的优势充分发挥，捷达假期现在正在筹划将自由行和当地一日游结合起来。在此类产品中，捷达负责酒店机票等服务，境外供应商提供更加灵活的当地一日游产品。业内人士认为，类似产品是对半自由行的延伸，可以让游客更加方便灵活地选择产品，同时，组团社增加了地接社“筛选者”的角色。此外，随着携程旅行网等在线平台的单项服务销售增加，更多传统旅行社利用自己在在线平台做起了碎片化产品。孙丽娟告诉记者，海海旅游上线签证等单项服务已经月余，“销量不错”。

# 广告