

三日游 天津优享国际旅行社 三日游景点推荐

产品名称	三日游 天津优享国际旅行社 三日游景点推荐
公司名称	天津优享国际旅行社有限公司
价格	面议
规格参数	
公司地址	天津市长虹公园西侧
联系电话	18222903994 18222903994

产品详情

每个人都会有一个梦想，走遍大江南北，看遍世间风景，旅行带给每个人的意义都是不一样的，对于有些人来说，更喜欢一个人旅行，然而对于老年人来说，家人们会为父母选择一个靠谱的旅行社，也让父母体验旅游的乐趣。天津优享国际旅行社，致力于中老年旅游及养生文化产业，所经营的服务项目为高品质、优服务、适合于中老年群体的旅游活动，为每一位热衷旅游的中老年朋友营造不一样的旅行体验。

桀骜不驯的怒江

我们从六库镇出发沿着怒江北上，柏油公路的多数地段是在江边石壁上开凿出来的。走进怒江大峡谷，人的心情就像滔天江水，澎湃起来。

冬天，怒江江水是蓝色的；现在是雨季，江水混浊。江面宽约100多米，满槽江水汹涌澎湃。怒江州北部高处海拔1400米，南部低处海拔仅700米，北高南低，落差极大，江水以每秒6米至7米的流速奔腾咆哮而下。有些江段，浪高1米多。在茨开镇等地，涛声轰鸣昼夜不息，好像连降暴雨。

一路上，我无暇顾及两岸美丽风景，只在意那泥红色的江水冲破重重险关和高山的阻挡，三日游旅游攻略，滚滚流向远方。

怒江很复杂，有的江段怒吼声传得很远，人没到江边就能听到它的呼喊。此时，我看到一个倔强的怒江、粗犷的怒江、桀骜不驯的怒江。在双纳瓦底至大兴地之间，有一段傣语称为“腊玛登培”，意思是“老虎跳”。峡谷更窄，陡峭石壁高1500米，两岸距离最窄处只有10米。江边怪石嶙峋，有一块黑色巨石稳立江心，虽常受激流冲撞却傲然不动。在其他江段，江边岩石时有崩裂，崩落滚石横陈江边，水击浪打，江心的石头在水浪冲磨下，平滑光溜，熠熠闪光。

当怒江平静流淌在高黎贡山、碧罗雪山脚下时，眼前的怒江温柔如一帘幽梦，江面听不到怒江

的吼鸣，仿佛停止了流动似的；在稍微平缓的江段，三日游，由于江底暗礁作用，江面连连呈现巨大的环形波纹和旋涡，看不到水中的怒石。没有谁能够看到这条江的真面目，就如同没有谁能够看穿人的内心世界。

伫立静静的怒江边，我感受到的不是我注视着江水，而是浩瀚的江水注视着我的目光，让人无法逃避，油然而来的是一种对自然的敬畏。

每个人都会有一个梦想，走遍大江南北，看遍世间风景，旅行带给每个人的意义都是不一样的，对于有些人来说，更喜欢一个人旅行，然而对于老年人来说，家人们会为父母选择一个靠谱的旅行社，也让父母体验旅游的乐趣。天津优享国际旅行社，三日游景点有哪些，致力于中老年旅游及养生文化产业，所经营的服务项目为高品质、优服务、适合于中老年群体的旅游活动，为每一位热衷旅游的中老年朋友营造不一样的旅行体验。

选对旅行社才能放心游。随着旅游业的飞速发展，大大小小，形态各异的旅行社也层出不穷，到底如何选择正确的旅行社，什么样的旅行社才是旅客们值得选择的，什么样的旅行社是可以放心信任的呢？湖南报价网的小编教您三大绝招，保证您从此以后旅行畅通无阻。快来借鉴一下吧。

一：了解旅行社资质 目前我国旅行社分为两类：一类为国际旅行社；二类为国内旅行社：国内旅行社只能经营接待中国公民在国内的旅游业务。我们可以通过鉴别旅行社经营许可证号码的办法来分辨其所属类别：一般来说许可证编号由L-HN-GJ*****组成，其中L代表旅行社，HN为地区代码代表湖南。举例说明：湖南新康辉国际旅行社的许可证号就是L-HUN-CJ00005。请注意GJ为旅行社类别代码代表国际社，若是国内社则代码为GN，最后由五位*组成的代码代表旅行社编号。当然，这并不表示国际社就一定比国内社好，或更具实力。游客选择旅行社的可靠与否，不应单看国际社，国内社。为保障自己的权益，在报名参团前应验证该旅行社是否具备《旅行社经营许可证》和工商局颁发的营业执照等。未明事宜可咨询当地旅游咨询中心。

二：服务质量与价格并重 不要轻信旅游广告，价格与质量有着密切的关系，别小看旅行社之间的价格有时相差几百元甚至上千元，其实它们都与旅游商品的内容、质量联系在一起。所以，在比较旅行社价格的同时，还要比较价格构成，看看是否物有所值，避免因直观价格过低而受骗上当。多了解几家旅行社，多做些咨询和调查，即可做到货比三家。有的旅行社为争夺客源，价格已削至低过成本，因而必然要降低质量，把危机转嫁给消费者。一般来说，旅行社的报价包括两种：一种是全包价：即包括食、宿、行、游全部费用等。另一种是小包价：即只包一部分费用或在某一段行程中的费用。游客应根据自己的消费能力，选择合适的消费档次。

每个人都会有一个梦想，走遍大江南北，看遍世间风景，旅行带给每个人的意义都是不一样的，对于有些人来说，更喜欢一个人旅行，然而对于老年人来说，家人们会为父母选择一个靠谱的旅行社，也让父母体验旅游的乐趣。天津优享国际旅行社，致力于中老年旅游及养生文化产业，所经营的服务项目为高品质、优服务、适合于中老年群体的旅游活动，为每一位热衷旅游的中老年朋友营造不一样的旅行体验。

案例一：玉龙雪山与“印象丽江”情缘

玉龙雪山，这座全球少有的城市雪山，既是丽江旅游的核心品牌。玉龙雪山景区在2007年成为全国首批6家景区之一，升级后的第1个动作是整合周边六个景区的经营权，做大丽江旅游核心品牌景区。

从景区营销角度看，玉龙雪山的这种做法，本质上是一种品牌扩展策略。所谓品牌扩展，是指景区在成功创立了一个高品质的知名品牌后，将这一品牌覆盖到其他景区产品，形成共同拥有一个家族品牌的旅游产品集群。为此，玉龙景区特邀张艺谋导演及其创作团队以丽江山水实景演出大型舞台剧《印象丽江》捆绑“玉龙景区”品牌。

一：《印象丽江》：实景演出成功探秘

大型山水实景演出《印象丽江》自2004年3月20日正式公演之后，引起了巨大轰动。根据玉龙雪山景区的统计，《印象丽江》自2006年7月23日公演以来，2007年接待观众23.64万人，2008年接待观众60万人，2009年接待观众140万人，全年演出927场，每天演出3-4场，门票收入超过1.5亿元，净利润7300万元。《印象丽江》为什么能取得这样优异的市场业绩呢？就节目本身而言，主要是三个结合：丽江品牌与张艺谋品牌的结合、民间生活元素与实景演出艺术的结合、少数民族文化与雪山特殊环境的结合。

二：《印象丽江》：营销管理方面最棘手的是两个问题及解决办法

1、价格策略：如何制定门票价格政策。既要调动旅行社的积极性，又不能让利太多而减少演出收益？

对此，《印象丽江》却独辟蹊径，采取了一种强势的、也是非均衡的门票价格政策。其基本思路是“抓大放小”，门票优惠政策和销售奖励措施向战略合作旅行社大幅度倾斜。比如，大型地接社全年团队人数超过5万人，三日游景点推荐，就能享受逐级累进的门票优惠和销售奖励；中小旅行社全年团队人数低于5万人，就很少或不能享受门票优惠。这种把鸡蛋放在少数几个篮子里的做法，看似具有很大的市场风险，但却成就了《印象丽江》的市场成功。

2、渠道控制，如何选择渠道分销模式。

《印象丽江》在市场营销过程中，渠道模式是“有选择的分销”。所谓“有选择的”，是指景区并不针对所有旅行社实行分销，而是抓住旅游分销链上的某些关键环节，跟少数旅游代理商合作，逐步建立多层次的分销渠道。景区之所以这样做，是为了改变旅游市场的游戏规则，加强对客源市场的营销控制力。玉龙雪山景区的这种做法，并不是为了建立垂直分销的渠道体系，而是抓住旅游分销链上的关键环节，加强对客源市场的营销控制。限于国内旅游市场的发展水平，景区目前还不具备建立垂直分销渠道系统的企业能力和市场条件。事实上，玉龙雪山景区也没有放弃水平分销的传统模式，但对原有的渠道模式做了修正，收窄了分销渠道的水平宽度，减少了代理商数量和分销层次，并通过直接促销客源地市场，开展与大型组团社和地接社的战略合作，加强了景区对旅游分销链的营销控制，进而延伸了渠道分销的纵向深度，使之具有了垂直分销的某些形态特征。

三日游-天津优享国际旅行社-三日游景点推荐由天津优享国际旅行社有限公司提供。三日游-天津优享国际旅行社-三日游景点推荐是天津优享国际旅行社有限公司（www.youxiangguoji.com）今年全新升级推出的，以上图片仅供参考，请您拨打本页面或图片上的联系电话，索取联系人：周经理。