

旅游旺季,旅行社缘何遭遇“断炊”

二手车交易不过户 买卖双方都存风险

编者按

暑期本是传统旅游旺季,但旅行社却整体“遇冷”,销售业绩普遍下滑。过去备受推崇的旅行社为何不火了?面对快速“缩水”的市场,旅行社该如何应对?请看“聚焦暑期旅游市场”系列报道。

眼下正值暑期旅游旺季。往年这个时候旅行社最为忙碌,今年不少旅行社却为揽不到游客发愁……业内人士透露,今年暑期,不少旅行社业绩比去年同期下降20%至50%。

旅行社业绩普遍下滑

暑期已经过半,崔彬的心里有些着急。作为我市某旅行社的经理,他原本对

今年暑期的业务量抱很大希望,但随着时间的推移,寥寥的报名人数让他意识到,今年暑期的生意无法像天气一样红火。

崔彬说,往年7月底至8月中旬,他们旅行社每天至少要拿到几十张火车票心里才算有底,因为只有拿到火车票,才锁定了游客。但今年,他们却不敢拿那么多票,因为没有足够的客源。“现在我们一天最多只敢拿10张票,有时连这10张票都用不完。”崔彬说。

我市另一家旅行社的负责人李清也有同感。“暑期已经过半,但截至目前,前来报名的游客不足去年同期的一半,生意不好做。”李清说。

记者了解到,除了几家规模较大的旅行社报名情况略好一些外,我市不少中小旅行社的报名人数与往年相比均有不同程度下降。一些旅行社的负责人表示,今年旅游业整体形势不好,不少旅行社业绩下滑了20%至50%。

天气恶劣,公务团减少是主因

今年暑期跟团游客为何大幅减少?业

内人士分析,一方面受天气影响;另一方面由于社会奉行节俭,公务团锐减。

崔彬介绍,7月中旬,曾有几名游客组团去四川九寨沟,然而当时那里暴雨持续,交通受到影响,游客最终退团。不少旅行社负责人认为,今年暑期极端天气多,南方大雨持续,四川、甘肃先后发生地震,这些对旅游市场尤其是自然风光造成不小影响。另外,受高温天气影响,前往江浙一带等热门旅游线路的游客人数骤减。

此外,社会上奉行节俭,各大旅行社承接的公务团数量明显减少,有的旅行社今年暑期未曾接到一个公务团。这无疑对以单位团体为主要客源的旅行社造成重创。

自助游“分流”旅行社客源

采访中记者发现,很多人正在计划自己的暑期出游,不过他们大多选择自助游的方式。

赵莹计划前往云南。她说,自己常参与的网站论坛组织了这次户外线路。两年前,赵莹通过该论坛参加了一次户外活

动,此后就一直和驴友们自驾游。“驴友们一起策划的户外线路比较新鲜,一般旅行社不会有,而且也没有旅行社安排的购物环节,出行比较自由。”赵莹说。

随后,记者登录一些门户网站的户外板块,发现这里确实有许多暑期出游线路,参与的人很多。有的板块甚至贴出了全年的活动计划,让参与者提前做好准备。

业内人士表示,自驾游的火爆在一定程度上分流了旅行社的客源。因为这种出游方式花费低、相对自由,日益受到年轻人青睐。

对此,河南科技大学旅游管理系副教授全红星认为,如今的游客已不满足于规范化团队旅游,随着他们自主意识和自主能力的增强,旅游方式已经由团队主导型转向散客主导型。今后的旅游市场,散客旅游的比例肯定会很高,并将逐渐成为未来市场的主角。在这种形势下,如果旅行社仍坚守传统经营思路,客源会越来越

少。本报记者 戚帅华

聚焦暑期旅游市场

近日,市民刘女士向工商部门投诉,她的电动车出故障需商家保修时,发现购车发票上盖的是郑州市某经销商的印章,商家以此推诿,不予保修。市工商部门提醒,消费者索要购物发票时,需谨防六大“陷阱”。

索要购物发票 需防6大陷阱

本报记者 王蕾 制图 赵韵

陷阱1 消费者购物后,商家借口发票用完,让消费者过段时间再来领发票。其间商品出现质量问题,消费者会因无购物凭证无法享受7天包退或15天包换等服务。

对策 消费者要求商家购物当天就开具发票,或要求商家书面写出所购商品的名称、日期以及换取发票的时间,并加盖公章。

陷阱4 消费者所购商品出现质量问题,更换新品后,有些商家不在发票上注明更换日期,导致所换商品“三包”期“缩水”。

对策 消费者应让商家在原商品的购物发票上注明更换日期,所换商品“三包”期应从更换之日算起。

陷阱2 个别商家出售电器,不在发票上填写产品名称,而仅填写产品的部分型号代码。一旦产品出现问题,消费者很难证明发票上所列产品与自己购买的一致。

对策 消费者应要求商家在发票上详细填写所购商品的名称、品牌、品名、完整型号代码等信息。

陷阱5 有商户给消费者出具购销合同,以此代替发票。一旦商户撤柜,商场会不承认此次消费行为。

对策 消费者在商场内购物时,应要求商家提供商场统一开具的发票,即便后期相关商家撤柜,商场也应为消费者提供相应的售后服务。

陷阱3 有的商家在发票上标注“降价、打折商品,售出一律不予退换”字样,以此拒绝消费者的“三包”诉求。

对策 只有商家事先告知消费者,其所购商品为有瑕疵的处理品时,商家才可不提供“三包”服务。商家仍需为降价、打折商品提供“三包”服务。

陷阱6 商家提供发票上盖的印章,与该商家名称不符,事后出现问题导致消费者难以维权。

对策 消费者要仔细辨认发票开具方是否与商家一致,以免自身合法权益受损。

我国银行业资产托管规模突破22万亿元

中国银行业协会6日发布《2012年中国资产托管行业发展报告》。截至2012年年末,全行业资产托管规模突破22万亿元,达到22.39万亿元,较上年增长58.25%,全年新增资产托管8.24万亿元。

报告指出,2012年国内托管资产规模变化呈现三大特征:托管资产规模增幅和增量创新高;托管资产增量和增幅呈逐季递增态势;各类托管产品资产规模变动呈现不均衡态势。

报告同时指出,2013年,国内托管行各项资产托管业务将继续发展,托管业务与服务创新持续推进,资产托管市场整体仍将保持增长势头。但受政策、市场及客户需求等因素影响,不同资产托管业务增速将进一步分化。此外,随着托管业务发展变化,新型托管机构介入,各托管银行业务发展速度呈现差异性,托管业务市场格局仍将处于调整变化中。

资产托管业务是在信托关系信息不对称的情况下,商业银行作为独立第三方,依据法律规定和托管合同约定,对托管资产履行安全保管、资金清算、资产评估、会计核算、投资监督、信息披露等职责向客户提供专业化的托管服务。始于1998年封闭式证券投资基金的我国资产托管业务,目前已成为商业银行领域发展快速、领域广泛的银行新兴业务。

截至2012年年末,共有中国工商银

行等18家国内商业银行获得托管业务资格,托管费收入在2011年168亿元的基础上实现同比增长26.8%。其中,托管费收入名列前五位的分别是工行、建行、农行、中行和兴业银行。

报告称,托管费收入增长显著落后于资产规模增速,反映出托管费率随托管资产规模呈递减趋势,说明托管资产媒介社会融资成本呈现下降的态势。(据新华社北京8月6日电)

党的十八大强调,要积极培育和践行社会主义核心价值观。落实到地税部门,就是要持续深化文化兴税进程,着力构建地税文化体系。今年以来,汝阳县地税局结合实际,以“孝”“善”教育为抓手,以打造和谐地税为目标,大力开展“家和”地税文化建设,不断增强干部职工的向心力、凝聚力和战斗力,取得显著成效。

“家和”文化背景

汝阳县地税局“家和”文化是基于该局共同愿景和核心价值体系形成的,共同愿景是所有干部职工为之奋斗的理想目标,是激发所有成员的愿望和远景,而“家”作为最有感召力和凝聚力的核心,是最有利的文化建设载体,也是“以人为本”精神的具体体现。俗话说“家和万事兴”,只有和谐的家,才能产生团结进步的力量,才能实现“家和兴业、为国聚财”,因此“家和”文化应运而生。

“家和”文化诠释

“家和”文化是以“家”(涵盖家庭、地税)为载体,通过汲取传统文

化中“和”的思想精髓,发扬包容万物、兼收并蓄、醇厚中和的博大精神,做到尊重差异、包容多样,对内提高干部职工幸福指数、增强发展能力,对外提升地税整体素质和职业形象,实现个人、地税、社会的共赢,促进家兴、税兴、事业兴。

“家和”文化要素

家:凝聚小家,发展大家,建设国家。“家”包含个人小家、地税大家、社会国家三个层面。首先每个干部职工的“小家”都要凝聚起来,凝聚起来的目的是为了发展地税这个“大家”,也只有地税“大家”的发展才会有干部职工“小家”的幸福。地税与干部职工是息息相关、紧密相连的关系。其次,作为保证国家财政收入、调节经济发展的重要部门,地税的发展为地方经济发展提

供了财力保障,增添了发展后劲,也为建设美丽家园汇聚了力量。

和:人人和善,家庭和和睦,社会和谐。“和”包含“和善、和睦、和谐”三个层面,取“和气生财”即税企和谐,为国聚财之意,以及“家和万事兴”即小家和睦、大家和谐、国家昌盛之意。“和善”是尚德贵和、与人为善,强调人应该怎么做。倡导干部职工在工作生活中文明自律、和气待人,讲究工作方法,建立良好人际关系。“和睦”与“和谐”是“和善”的结果和目标,个人的和善会带来家庭与单位的和睦和谐,进而形成凝聚力与战斗力,推动地税各项工作不断进步,促进地方经济健康快速发展,造福一方百姓,最终达到促进社会和谐的目的。

“家和”文化载体

开展孝亲教育。百善孝为先,

为增强干部职工的感恩意识、责任意识,该局大力开展《弟子规》教育,为每位干部职工发放《弟子规》教育读本,定期组织干部职工聆听赵旭老师的《弟子规》幸福人生讲座,开展《弟子规》学习交流研讨会。同时,大力开展“孝老爱亲”主题实践活动,要求每一位干部职工回家为父母梳梳头、洗洗脚、做做饭、洗洗衣服,通过实际行动,切实体会父母养育的辛勤苦累,引导干部职工正确对待家庭、工作,做到感恩父母、感恩工作、感恩社会,以勤奋敬业、廉洁奉公回报社会。

开展“日行一善”活动。善是立人之本,最小的善行胜过最大的善念,为倡导地税干部多行善举,多做好事,该局将“向纳税人问您好是一善”“下班关闭电源是一善”“每天读书十分钟是一善”等有关地税职业

道德、家庭美德及社会公德细化成300余项“日行一善”行为标准,印制《汝阳县地税局日行一善手册》向全局发放,教育警示干部职工要从一言一行做起,自觉遵守规定和道德要求,为实现地税和谐发展聚集正能量。

每月开展一次集体活动。集体活动是增强团队合作精神、增强单位凝聚力的有力措施。该局将集体活动作为“家和”文化的重要抓手,制订计划,定期实施。一个月开展一次学习活动,提升素质;两个月组织一次体育活动,强健身心。2013年该局已开展了演讲比赛、合唱道德歌、志愿服务留守儿童等活动,干部职工在活动中体验竞争与合作,凝聚力和向心力进一步增强。

进行“家和”楼道文化展示。该局将1楼至8楼依次定位为“纳税人

之家”“职工之家”“廉政之家”“党员之家”等主题,并通过灯箱将各个主题以图(开展各种活动照片)文并茂的形式呈现,内容定期更换,争取让每个职工都能在“家”的墙壁上留下美丽的一瞬间,亮化美化办公环境,营造和谐家庭氛围。

“家和”文化影响

家和万事兴。通过“孝善”教育和一系列活动的开展,“家和”文化理念已深入汝阳地税每个干部职工的心中,家庭和和睦,内外和谐的力量正转化成源源不竭的动力,推动汝阳地税不断向前发展。感恩父母、感恩工作、关心同事、热爱地税的良好风尚逐渐在全局形成。该局将以“家和”文化建设为主题,进一步开展关爱教育、廉政教育活动,建设幸福职工小家,打造和谐地税大家,促进汝阳地税事业再上新台阶!(徐艳华 李少恒)

