

伴随着全国疫情防控形势逐渐向好,多个省、区、市3月以来先后恢复省内游。“蛰伏”了两个多月的旅行社终于又能带着游客走出欣赏大好春光。虽然只是恢复部分业务,但是其所预示的市场复苏前景,依然让业者为之一振——

恢复部分业务 旅行社动起来了

□ 本报采访组

处理遗留问题 体现旅企担当

3月24日,湖北省新冠肺炎疫情防控指挥部发布通告:3月25日起,湖北省除武汉市以外地区,解除离鄂通道管控。武汉市将于4月8日解除离鄂通道管控。这意味着湖北省的生产生活将于4月8日起有序恢复。湖北的旅行社复工了吗?

全力处理退改纠纷

尽管武汉交通即将解禁,但从旅行社的角度来看,马上恢复组团业务显然不太现实。当下,湖北很多旅行社正在一方面抓紧处理疫情期间的遗留问题,另一方面想方设法稳定员工队伍,规划未来发展。

“3月30日,我们部分复工了。”中国国旅武汉公司总经理陶顺说,疫情发生时正好是出境旅游旺季,许多已经交费预订出游的游客不得不取消计划,疫情缓解后,退款、退团旅游纠纷大量涌现。此次疫情暴发属于不可抗力,按照有关法律,游客必须承担退团造成的部分损失,但是许多游客很难接受。

为了降低游客的损失、快速解决这类纠纷,国旅武汉公司提出“无损改签”方案,建议游客按照已经支付的团款标准,改签该社现有的任意旅游产

品,直至所有团款消费完毕。

湖北峡州国际旅行社宜昌分公司复工后面临的主要问题同样是解决退团退款旅游纠纷。“国内团还好,可以无损退订。境外团比较麻烦,因为境外航空公司和境外地接社都有费用产生,我们也有支付凭证。出境游退团,旅行社和游客都有不小损失。对此,很多客人不理解,难免会扯皮。”该公司总经理顾华东说,境外团方面,公司至少亏损了三四百万元,这还只是初步估计。

设法稳定员工队伍

“至少今年,湖北的旅行社将非常艰难。”这是采访中湖北多家旅行社总经理的普遍认识。

“公司现有员工588人,武汉市现有门市110多个,疫情防控期间员工的基本工资、门市租金、水电费等,每月都要几百万元。”陶顺说,更让他感到头疼的是人才很可能大量流失。“稳定人才队伍是所有旅行社面临的严峻问题。随着疫情在全球蔓延,出入境市场短期内难以恢复。出境游在公司整体业务中占比60%—70%,是公司主要的利润点。下一步随着国内疫情形势好转,许多出境游人才可能会流失,这

对未来发展非常不利。”他说。

胡时华也有着同样的担忧:“现阶段,旅行社给员工发放基本工资,队伍还没散。疫情结束后,一旦其他行业给出更高的薪资,肯定会有人转行。”武汉学知修远教育集团多年来专注研学旅游市场,培养了一批优秀的研学导师和高素质导游人员。公司总经理陈雪岚认为,即使疫情过去,消费心理的恢复仍需时日,加上学校课程调整等因素,短期内研学旅行市场不容乐观。企业没有经营收入,员工收益必然受损。“目前,只能通过内部培训、学习评比等方式稳住队伍。未来,哪怕是贷款、借钱给员工发工资,我们也愿意。因为人才是旅行社的核心资源。”

努力拓展盈利渠道

尽管对短期市场的预测不太乐观,但采访中,各位旅行社负责人对旅游市场的未来仍然看好。

湖北康辉国际旅行社总经理姜红宝说,疫情会在一定程度上改变游客的消费心理,比如,出游更加谨慎,在一段时间内不会选择远程市场,出游方式更倾向于自驾等。这些改变将倒逼旅行社加速转变传统的盈利模式。

试水直播带货 加速数字化转型

如果说疫情暴发初期,不得不“闭门谢客”的旅游企业开启网上直播是仓促上阵,那么到今天,对于数字化的运用,一些旅游企业已经积累了一定经验。

开展差异化线上营销

上海匹匹扣国旅CEO李爱玲在两个月左右的时间里迅速完成了从“临时客串”到“网红主播”的蜕变。如今,她的直播累计有300多万人次观看。近一个多月的时间里,每天下午4点,她都会出现在抖音直播间,为观众们带来一个小时的直播。前半小时分享近期的市场动态,后半小时介绍售卖的土特产以及背后的小故事。

目前,李爱玲运营着两个直播平台:抖音和有播。前者属于公共流量,吸引新粉丝;后者则是服务于业内合作伙伴的。通过抖音直播吸引的新客户,不断扩大着匹匹扣国旅网上平台——旅游圈的合作版图;有播抖音号开播一个月以来,吸引了3800多位旅行社行业的专业粉丝。

在有播直播间,李爱玲面对的是“火眼金睛”的同行。“线路、酒店等产品灵不灵,他们一看就知道。但是涉及土特产,同行们的了解就很有限

了。”在直播间,李爱玲在展示土特产的同时,也在对同行进行培训。B端用户成了分销达人,旅游圈平台“带货”的能力和销量自然不断攀升。

3月14日,上海市文旅局发布《关于本市旅游企业恢复部分经营活动的通知》,匹匹扣国旅马上设计了“特产寻宗”系列产品,带领游客们实地探访,亲眼见证那些特色美食的“诞生之旅”,该产品将旅游、文化、健康、美食相结合,感受每个旅游目的地背后深厚的文化底蕴。

“下一阶段,旅游圈将继续充分利用资源优势,将线路与土特产结合,不断提升产品档次,将流量做大,把产品做好。”李爱玲说。

加速数字化转型步伐

几天前,合肥恢复了省内游市场。作为安徽旅游市场的龙头企业,安徽环球文旅集团没有急着发出第一团,其总裁徐华玉也开启了出差“加速键”。“出差就是在寻找资源。”徐华玉说,旅游市场的恢复,一定是从短途旅游开始的,而选择短途游的客人多数会自驾车出游。那么,旅行社能做什么?“可以做碎片化的产品,比如面对某个地区的客人,把他心仪的目的地

有特色的民宿、酒店、景点等资源串联起来做成菜单,供客人选择,为自驾游客人提供一份现成的旅游方案,这就是旅行社的价值,也是数字化转型的一部分。”

其实,在省内游市场恢复之前,安徽环球文旅集团已经进行了两次尝试,一次是公益讲座,一次是直播带货。前者是针对同行的一次“试水”。4天的公益讲座,累计观看人数超过5万人次,近8000家文旅企业申请加入环球文旅学院。4天之后,环球文旅学院马上推出了以董事长或总经理、企业管理团队为招生对象的有偿培训《绩效改进训练营》,首批49名学员迅速招满。

另一次尝试——首秀直播带货,环球文旅集团是作为受邀合作单位出现的,只有45分钟的时间。那天,环球文旅集团主播全力推荐徽州网红爆款“诗莉莉民宿——慰颍府”,近200套产品即刻售罄。

短暂的45分钟背后,环球文旅集团初步搭建起了一套网红项目管理体系。主播如何产生?从企业内部征集、筛选后产生,选择的标准不仅看重年龄、形象、音色等外在条件,更看重“业务工龄”,包括谈判技巧、客户数量和产品操作能力等。

“除去旅行社业务以外,近年来,湖北康辉还拓展了景区、酒店、康养会所以及保险代理等业务,疫情结束后,在旅行社业务不能马上恢复的情况下,我们会着力拓展这些市场。”姜红宝说。

“下周,我们将推出宜昌市内的自驾游首发团。”胡时华告诉笔者,一方面是为了启动市场提振信心,另一方面是与精准扶贫相结合,推介宜昌市秭归县的土特产——脐橙。

受这次疫情影响,国家级贫困县秭归的土特产脐橙一度滞销,峡州国旅发动所有员工帮忙销售,目前累计销售出20万斤。这件事启发了胡时华,他决定在疫情结束后,通过企业的线上平台销售湖北土特产,比如神农架的蓝莓酒、宜昌的茶叶等等,“既可以给企业带来部分收益,又能带动湖北的旅游商品销售,一举两得。”

陶顺则计划开发一个线上商品交易平台,吸引湖北各地的文化旅游商品和特色农产品进驻。“我们可以将湖北各地原生态的手工艺品进行文创包装后再推出,以此获得更持久、更可观的收益。”陶顺说。

陈雪岚则表示,武汉学知将探索将5G技术运用到新产品的研发中,同时结合湖北的文旅资源,打造一些有本地特色的研学旅行课程和品牌活动,为未来研学旅行市场的恢复打下基础。

所卖的产品如何确定?经由内部协作产生:根据直播平台用户画像,先由项目组列出所需要产品的品类及建设方案;再由集团旗下各子公司的产品设计部门报送待选产品,经项目组分管领导与相关方筛选、议价后,确定所售产品。

主播有权对项目团队人员进行调度,有产品定价权限。每个项目都设有产品议价组、技术调试组、商务洽谈组、宣传推广组以及社群运营组,后续会根据项目组的运作成效制定相应的佣金分配标准。徐华玉说,“直播带货面向的是C端消费者,实现了旅游产品的可视化。”据了解,目前,该集团已经组建了直播营销团队,后续,将针对疫情期间滞销的农产品以及周边的乡村旅游目的地,联合相关部门,共同策划“振兴乡村旅游系列直播活动”。

“以前,我们总是承诺‘会尽最大努力满足客人的需求’,总要等待客人返程之后,靠客人的意见来改进服务。而现在借助网络和大数据,我们有能力把潜在消费者转变为直接客户。客人只要购买了,就是我们的服务对象,在出发之前,就可以对产品行程、对销售人员提出意见和建议。客人只要有反馈,我们立即做出反应。传统旅行社的数字化转型之路,不仅不会因为疫情而停止,反而会加速奔跑。这条路怎么走,只要不断地实践才能确定。”徐华玉说。

率要达到50%,还要配备相应的保障车及防疫物资,这些的确会增加运营成本。这位负责人建议,“希望相关部门能给旅行社企业专项资金扶持。”

“现在,家庭出游是旅游消费主力军,而很多家庭的休闲娱乐活动都是以孩子为中心的,周五下午父母休息了,但是如果孩子还要上学,这一市场也很难形成。”甘肃观天下国际旅行社总经理张诗琪说。

采访中,也有陇南当地业者表示,推行2.5天假期,在一定程度上能增加游客的出行概率,但后期需要很多部门协调解决,同时,这一政策能否推广还取决于游客的经济条件和家庭需求等多方面因素。

其实,出台鼓励2.5天休假的相关政策并非此次疫情防控期间相关地方的首创。近几年,河北、重庆、辽宁、安徽、陕西、贵州、福建等10多个省份都曾出台过类似政策,也都因各种原因难以有效推进。此次疫情能否推动这一政策真正落地,也是人们关心的话题。

(采访组成员:丁宁 赵垒 程芙蓉 周晨 牛莹 张陇堂 李婧 执笔:赵垒)

区域旅游复苏 OTA推“安心游”

□ 本报记者 张宇

近期,继多个省、区、市陆续放开省内游之后,多家在线旅游企业发布的数据显示,疫情低风险地区的赏花踏青游逐渐热闹起来,各大在线旅游企业纷纷加强产品供应,主推“安心游”。

客源地周边复苏快

来自同程艺龙、去哪儿网、马蜂窝等多家平台的数据显示,3月,景区门票预订呈放量式增长。

3月1日至3月22日,同程艺龙景区订单连续三周环比增长超过100%。其中,3月第三周订单量较3月第一周增长近400%,复苏强劲。

从3月18日开始,全国众多旅游目的地和景区热度明显回升,城市周边热门景区旅游热度平均涨幅达到67%,很多游客趁周末走出家门,自驾车前往城市周边旅游。3月最后一个周末,全国各景区接待游客数量环比上周末增长了91%。

数据显示,以家为中心,半径200公里以内的本地游和自驾游复苏明显。根据高德地图交通大数据,全国自驾游较活跃地区主要在中部、西南部和东部地区。成都是自驾游热门目的地,自驾车前往成都双流空港花田、桃花故里景区的市民较多。

热门旅游目的地中,扬州、福州、宁波、湖州、江门、上饶、合肥、无锡、乐山和杭州的旅游回暖指数较高。

“云旅游”带动作用明显

疫情防控期间,“云旅游”成为各地宣传旅游资源的重要手段。部分省市区恢复本地游以来,“云旅游”为景区带来了较高的旅游热度。

3月26日,成都熊猫基地开园第二天,马蜂窝就在基地开展了一场直播。主播带着屏幕另一端“游客”了解大熊猫的日常生活,还参观了大熊猫的“月亮产房”,开播几分钟就有数万万人进入直播间,人气爆棚。

3月,上海海昌海洋公园在飞猪连开13场直播,累计观看人次超过

案例研判

因疫情取消行程 游客应承担哪些费用

□ 李川 苗慧敏

案由

1月初,游客吴先生一行5人报名参加某旅行社组织的越南旅游,出行日期为1月26—30日,团款共计人民币3.325万元。1月24日和旅游部办公厅《关于全力做好新型冠状病毒感染肺炎疫情防控工作暨旅游企业经营活动的紧急通知》(以下简称《紧急通知》)下发后,旅行社通知游客取消该行程。吴先生要求全额退还团款。旅行社表示,目的地接社的部分服务费、越南航空公司机票费以及签证费等不可退还,扣除实际损失后只能退给3000元。双方协商不成,吴先生向当地旅游投诉处理机构投诉。

当地旅游投诉处理机构调查过程中,组团社提供了与境外航空公司的订票协议、订票记录、支付凭证以及与境外地接社的协议、支付凭证、订房记录和取消行程后的沟通记录等证据。但吴先生主张,因疫情原因取消行程,自

评析

依据相关法律法规,本案例中,旅行社在《紧急通知》下发后取消行程,确因不可抗力导致旅游合同无法履行,适用法定解除合同事宜。并且旅行社提供的与境外地接社及履行辅助人的协议约定、支付凭证、取消及挽回的沟通记录,足以证明部分费用确为第三方实际收到后不可退还,故应该按照《旅游法》第67条规定中“合同解除的,组团社应当在扣除已向地接社或者履行辅助人支付且不可退还的费用后,将余款退还旅游者。”

因疫情取消行程 旅行社有权单方解除合同

□ 李川 苗慧敏

案由

1月10日,游客陈女士一行人在某网站报名参加某旅行社组织的当地旅游项目,计划2月1日开始行程,网上转账支付定金4400元。受到疫情影响,原定旅游行程无法继续履行。旅行社于1月24日建议陈女士一行入改期,待疫情结束后双方另行约定出行日期,遭到拒绝。旅行社只好取消行程,退回部分费用。陈女士认为,旅行社主动解除合同,应双倍退还其定金。双方协商不成,游客投诉到12345市热线。

经当地旅游投诉处理机构查明,旅行社解除合同,确因疫情导致原定行程无法履行,属于不可抗力原因解除,不应承担违约责任。最后,经过协调,旅行社退还陈女士部分定金4000元。

评析

1月24日开始,全国旅行社及在线旅游企业暂停经营团队旅游及“机

周末2.5天弹性作息 旅行社研发新品

近日,江西、浙江、山东、甘肃陇南等地不约而同地提出试行周末2.5天弹性作息,即星期五下午加上双休日共计2.5天的休息时间。试行周末2.5天弹性作息,旨在鼓励人们到周边旅游,以此拉动旅游以及其他经济的增长。

江西省政府近日发布的《关于打好“组合拳”提振旅游消费的通知》提出,倡导“出游为健康、健康才出游”的消费理念,安全有序推动“本地人游本地、周边人游周边、江西人游江西”,引导广大居民采取自助游、自驾游、家庭游、微团游等方式健康安全出游。同时,鼓励全省广大干部职工带头进行旅游消费。

江西省文化和旅游厅副厅长陈晓平表示,试行周末2.5天弹性作息,文旅部门将鼓励文旅系统干部带头出游,希望以此推动旅游市场尽快恢复。旅游是一个综合性产业,文旅产业尽早恢复,有利于促进江西经济社会全面复苏。而弹性作息减少的工作

时间,可以通过延长其他工作日时长的方式调剂补回。

着手设计新产品

周末2.5天弹性作息试行的消息一出,甘肃陇南市几家旅行社立即着手设计新的周边游产品,制定踩线调研等活动计划,并和陇南市交警、市政等部门协调对接。

为了让2.5天假期得以充分利用,陇南市绿缘旅行社从“陇南人游陇南”入手,在原有成熟的一日游、两日游产品的基础上融入新元素,如将康县阳坝镇、长坝镇花桥村两个一日游产品相融合,让游客同时感受“甘肃西双版纳”和“中国茶马古道文化艺术之乡”的“天然氧吧”,体验田园风光,享受舌尖上的美食;在经典的武都区万象洞景区—宕昌县官鹅沟景区两日游线路之中,加入官鹅沟大景区内的岳藏甫村,以两个4A级风景名胜带动美丽乡村游,主打“绿水青山+藏族民俗风情”。

“后期,我们将辐射陇南市周边,

比如兰州、天水、广元、阆中等地。通过铁路和省际高速公路,融合每个地区的精品元素,满足游客的不同需求。同时,创新宣传推广模式,利用线上平台,直播陇南当地的文县白马民俗文化旅游节、西和县乞巧文化节、茶文化旅游节等特色民俗活动,推广陇南的先秦文化、红色文化、非物质文化遗产等研学系列产品,并在自驾游、定制游上下功夫,为游客提供更多健康休闲、体验度高、安全性能有保障的特色产品。”绿缘旅行社总经理董爱萍说。

期待专项扶持政策

2.5天假期,增加了旅行社的可操作空间,但操作难度也随之增加。比如,行程的第一天只有半天,只够安排路程与食宿,运营成本增加了,团队价格也有可能提高,客人会买单吗?

江西省旅游集团海外旅游有限责任公司相关负责人表示,按照相关部门的要求,旅游团队中,旅游大巴空座



邢子琦 绘