

行业资讯

广东公布首批64条“历史文化游径”

本报讯(陈熠瑶)5月11日,广东省文化和旅游厅在官网公布了第一批64条广东省历史文化游径。据了解,广东历史文化游径是由广东省内地级以上城市依托广府文化、潮汕文化、客家文化等历史文化资源,将当地的革命历史文物、文化遗产资源、南粤古驿道、爱国主义教育基地、古村落、古街巷等串珠成链而推出的游憩通道,旨在实现文旅深度融合。

据悉,此次推出的64条历史

文化游径涉及历史文化和旅游资源点461个。为进一步推动广东文旅行业复工复产,提振文旅消费,广东省历史文化游径宣传推广将纳入“广东人游广东”工作计划,统一部署,重点推进。

接下来,广东各地将进一步推进历史文化游径的创建和宣传推广工作,完善参观游览服务配套和指引设施,提升历史文化游径的游览体验,丰富广东文化旅游产品,弘扬岭南优秀传统文化,推进广东文化和旅游强省建设。

新疆导游协会今年免收会员会费

本报讯(王思超)5月9日,新疆维吾尔自治区导游协会发出《关于自治区导游协会免收2020年会员会费的通知》,提出免收会员2020年会费,已经缴费的会费自动转入下一年度。

为了让会员感受到协会的温暖,新疆导游协会将采取多种形式组织导游培训,并将推出会员阅览室、会员交流茶室,为会员提供旅游书籍免费借阅等活动,帮助导游

提升专业素养。

新疆导游协会会长赵秀红表示,协会将进一步关爱导游人员,对存在突出困难的导游提供必要的帮扶救助,帮助他们解决实际问题。同时,将进一步加强政策宣传和组织协调,依法维护导游人员权益,力促导游队伍稳定。

“及时回应导游关切是导游协会义不容辞的责任,新疆导游协会始终与导游队伍同行。”赵秀红说。

四川遂宁办导游大赛选拔优秀人才

本报讯(白骅 陈俊成)由四川省遂宁市文化广播电视和旅游局主办的2020年“宋瓷杯”全市导游(讲解员)大赛日前落幕,来自四川宋瓷博物馆、龙凤古镇、丝路奇幻城等景区的25名参赛选手通过现场讲解、才艺展示等方式进行比拼。经过激烈角逐,最终评出一等奖2名、二等奖5名、三等奖10名,共计17名选手获奖。

“参加这次比赛,不仅让自己的专业能力得到了提升,也见识到了其他优秀的导游和讲解员,学到了很多。”来自龙凤古镇的导游张舟说,她会再接

再厉,提升自己的专业水平,更好地将遂宁的文化与风光展现给游客。

据了解,此次遂宁市导游(讲解员)大赛以考核导游、讲解人员的专业素养、知识储备水平、专业讲解能力、沟通协调能力和应对突发事件等为目的,使讲政治、专业精、服务好的优秀导游、讲解员脱颖而出。同时,通过此次导游(讲解员)大赛,将选拔出遂宁市优秀导游(讲解员)人员参加“2020年全省导游(讲解员)大赛”,展现遂宁文旅新形象和导游(讲解员)风采,做好遂宁旅游的“宣传大使”。

山东济宁“运河水上游”常态化运营

本报讯(郑艳艳 张令伟 郭海花)近日,山东省济宁市举行“运河水上旅游线路首航仪式”,正式推出济宁段运河水上旅游线路,并实行常态化运营。

据介绍,运河水上旅游为一日游线路,行程起点为济宁市任城区郭庄港,终点为微山县南阳古镇。在船上,导游会介绍大运河济宁段的历史和地域文化,游客可观看当地渔民的表演、购买渔家特产,同时欣赏湖面上的特色连家船。中午时分,游船抵达微山县南阳古镇。游客可游览康乾别苑、河神庙、漕运客棧、南阳古街、胡记钱庄、清真寺等景点,观看渔家婚礼、鱼鹰捕鱼等非遗项目,品尝渔家特色美食。

为了给游客打造一个舒适安全的出行环境,游船每天都会全面消毒,同时严格控制登船游客的数量。

水上游成北京周边游“新宠”



5月9日,首旅集团旗下北京神舟国际旅行社集团有限公司推出“我爱新北京”通州运河游首发团。这是神舟国旅继2019年成功推出“大美京郊游”系列之后又一次以北京周边游为主题推出的新品。当日,50名游客乘坐着古色古香的游船,饱览了北京通州城市副中心的美景,亲身体验了历史悠久的运河文化。图为游客在行程终点合影留念。(神舟国旅供图)



邢子琦 绘

海南：内外兼修 花样自救

□ 林雯晶

来点新玩法

在千年古盐田打卡“雪景”,了解古法晒盐技艺,在峨蔓镇海滨感受龙门激荡,听当地人诉说传奇故事。5月4日,家住海口的黄女士和家人一起参团游儋州。她说,以前没来过海南西线旅游,今天一来,感觉不负期待。儋州具有浓厚的历史文化底蕴,儋州调声很特别,古法制盐和制糖让人拍案叫绝。“涨了不少知识。”

今年五一假期,海南优航国旅推出的魅力儋州一日游产品十分受欢迎,连续四天成团发班。游客不仅可以看到有着“一半火山,一半海水”之称的峨蔓火山海岸,还能观看非遗古法红糖制作,进一步加深对本土文化的了解。

“今年五一,海南迎来旅游小高峰,明显感觉到人们的消费信心正在恢复,也让旅游人有了坚持下去的信心。”港中旅三亚旅行社有限公司研学部总监邢维冲说,五一假期,针对家庭游客,他们推出了亲子家庭休闲游。对年轻游客,则侧重于体验性较高的户外旅游产品,比如游艇出海项目就迎来了预订高峰。

眼下在海南,乡村体验游、户外游受到热捧,海南多家旅行社纷纷推出含户外徒步、水果采摘、赶海捕鱼等体验性活动的短途游产品。与此同时,酒店民宿、景区门票、汽车租赁等单项产品预订业务也呈现大幅增长态势。

针对疫情结束后可能出现的康养旅游需求,旅行社也正在寻求和相关景区、酒店、中医体验馆等进行合作。

花样搞营销

5月6日,海口市旅行社协会秘书长麦伟文和副秘书长孙相涛通过电台直播的方式,声情并茂地向听众推荐“海南人玩转海南”的新方法。不止电台直播,包括视频直播、短视频推荐、门店促销、线上预售等在内的“十八般武艺”正被海南各旅行社耍得虎虎生风,希望以此点燃人们的旅游热情。

“为了迎合疫后人们的出游需求,旅行社做了多种尝试。”孙相涛说,首先,预售产品折扣诱人,吸引潜在客人先囤货以待未来出游。其次,旅行社推出了农旅融合产品,火山荔枝、圣女果等采摘活动让客人出游的同时还帮扶贫困地区,很受家庭游客的欢迎。最后,一些旅行社主推的“海南人游海南”旅游产品中,部分产品细分为自驾游和乘坐大巴两种交通方式产品,尽显旅企诚意。

按照惯例,暑期是推出研学团的大好时机。然而,受新冠疫情影响,今年暑期时间缩短,眼瞅着研学游业务几近停滞,海南优航国旅正在紧锣密鼓地宣传线上夏令营活动。“考虑到安全问题,我们决定和江苏卫视签约,作为总代理推出线上夏令营,眼下正在招二级代理商。”该旅行社相关负责人表示,线上夏令营为期12天,通过剧情式课程,和学生在全国

多地三十三个场景实现互动,课程内容涵盖多学科知识,让孩子们不出家门知天下。

疫情重创之下,“云端游”成为旅游行业振兴的催化剂,旅企人纷纷走入直播间,希望通过直播“带货”恢复一些元气。

“直播旅游能向网友展示海南的风土人情、美景美食,勾起人们对于旅游的向往,起到预热的作用。”海南旅惠国际旅行社总经理张惟惟表示,无论是大众景区还是小众景点,近三个月,他的团队带领网友们“去”了海南许多地方,用沉浸式的真实体验为游客做好旅游攻略。最近,该社还将直播间设在了荔枝园,带领网友走进荔枝园、参观果园民宿,为即将推出的“荔枝采摘一日游”预热。

练功蓄大招

“政府买单,工作学习两不误。”日前,一份从业人员学历提升招生海报在海南旅游人的圈子里传开了。根据“海南振兴旅游业三十条行动措施”,《海南省酒店业人才培养实施方案》的培养对象已扩大到旅游景区、旅行社和旅游餐饮企业。游客少了,时间多了,许多旅行社也鼓励员工报名学习,提升从业水平和专业能力,为疫后旅行社业务全面恢复蓄力。

“员工入学时财政补助50%,自己交50%的学费,毕业后凭毕业证书申请全额补贴个人所承担部分,这种方式能有效地激励员工学习。”孙相涛说,除了鼓励从业人员参与学历提升

培训以外,各家旅行社还邀请客户参与市场预热分析,改善产品内容、服务细节和营销手段等,为后续旅游产品上市做铺垫。

邢维冲最近忙着为海南暑期研学旅游市场做准备,安排整体计划、和学校对接、加强研学导师培训,忙得不亦乐乎。“没关系,就当学习了。”对于企业的下一步发展计划,他有了更加明朗的方向,大力开发会展业务、邮轮旅游等细分市场。“从一些数据可以看出,游客正越来越多,未来希望能够引导人更多流量。”他说。

从业人员忙着自我提升,旅行社则忙着转型升级。

有的旅行社整合手中的资源,搭建线上商城,用于售卖酒店客房,景区门票、农特产品等。有的旅行社准备加强与国内其他城市同行合作,通过互换平台、资源共享等方式实现抱团发展。有的旅行社将目光瞄向了中西部旅游资源,开发新线路,为重启跨省团队游打造专而精的差异化旅游产品。

有业内人士认为,未来旅游市场还将进一步细分,研学、康养、医疗、运动等特色主题旅游产品将愈发受欢迎。为了开发自驾游市场,一些旅行社推出了预约导游服务,加大碎片化服务比率,升级出游的舒适度和安全感。同时,一些旅行社计划挖掘小众旅游点,打造差异化旅游产品,把重点放在定制旅行、小众旅行、素养旅行方面,同时通过直播带货等新型营销方式,提升游玩的趣味性和性价比。

湖南：积极减损 创新谋变

□ 本报记者 高慧

来自湖南省旅行社协会的消息称,截至4月16日,湖南全省复工复产的旅行社超过370家,湖南业者正在积极创新近郊游、周边游、乡村游、亲子游等产品。采访中,多位湖南旅行社业者表示,虽然眼下企业的经营状况并不乐观,但是新冠疫情不能让旅游从业者缴械投降,创新谋变是企业减损的唯一出路。

据湖南新时代红色教育培训有限公司、湖南星星国旅总经理王萌萌介绍,为了尽快走出困境,企业发挥自身优势,把红色文化游学、扶贫与党性教育、爱国主义、革命传统教育相结合,强化“红色文化游学+”理念,积极推动红色文化游学与生态旅游、民俗风情游、康养研学、户外拓展等相融合。比如,近期该社推出的以“红色传承暖童心,长征励志育新人”为主题的通道游

系列产品,就通过自驾的形式把通道皇都侗寨、转兵纪念馆、意志力拓展重走长征路融合在一起,得到了市场的积极响应。

为了改变传统的发展模式,星星国旅在通道县兵书阁成立了通道侗族自治县兵书阁红色文化体验园有限公司,将当年中央红军长征从这里转战贵州遵义的一段5.5公里的遗址打造成体验式教育培训的主阵地,把体验式教学、拓展、侗苗族传统文化、民俗、扶贫、康养等元素结合在一起。目前,这个产品得到了市场的广泛关注和认可,接待人数不断增加,销售前景可期。

为了尽可能地减少疫情给企业造成的损失,山水洲城国际旅行社大力发展周边游业务。据该社董事长周翔宇介绍,在原有的怀化沅陵、湖北洪湖与赤壁产品的基础上,该社迅速开通了长沙县全域旅游,重点放在果园镇、江背镇、金井镇、福临镇、高桥镇的民宿与景

点上,最大限度地吸引长沙市周边及市内市民到长沙县度周末。

“从五一假期长沙县民宿预定情况来看,每天所有客房都是爆满,长沙县的大型景区景点,比如浔龙河、田汉文化园等都是人头攒动,同时,我们还开通了各方预订渠道,美团网、旅掌门、旅划算等订票平台每天的销量都在200款以上。”周翔宇说。

近期,湖南星坐标国旅推出了单项产品代订服务。如针对周边省份的旅游目的地,推出了西江千户苗寨门票、酒店代订服务,梵净山+镇远古城+西江千户苗寨的门票、酒店代订业务。该社总经理周赛男说:“推出单项代订服务以来,咨询量和成交量日新增多,相信未来单项代订服务会越来越受游客欢迎。”

湖南锦华集团·IE国际教育新开发了“我在乡里有丘田”亲子实践课。首先,通过“认筹”的方式为家庭分配责任

田;然后,以“一粒米的传奇”为课题,以水稻生长的四个重要时间点为依据,为孩子提供四次稻田劳动实践机会,接受全面的水稻自然科普教育,从而培养孩子对自然与劳动的兴趣与认知。据了解,目前已有60多人报名。

采访中,有业者建议,抗击新冠疫情,旅游人要借力金融,充分利用好社会资金,充实自己的现金流。同时,完善企业管理工作,为复苏做好准备。

“在努力减损的过程中,企业一定要认清自身特质,围绕主营业务做延伸,切忌盲目跨越主业范畴。试问哪个行业存在短平快的收益?无论从事哪个行业,都需要时间的沉淀和长期积累下来的客户,与其盲目跟风临时转向,还不如定下心与游客客户保持沟通,预热市场,加强学习。”有业者说。

“旅游是一项终身事业,只有做好了品质、做好了服务才有可能长久,才不会被淘汰。”周赛男说。

疫情防控常态化 旅行社应关注哪些产品？

□ 李志强 李佩佳

当下,国内疫情防控工作取得阶段性成效,然而国外疫情还在快速蔓延,旅行社复工复产仍然困难重重。在此背景下,旅行社应注重哪几类产品的开发以适应后疫情时期游客变化的需求?笔者以为,旅行社可以在以下几类产品上下功夫:

一、健康养生游。此次疫情唤醒了全民的生命意识和公共卫生安全意识。旅游者对旅游活动的安全、文明卫生提出了更高要求,游客更加关注健康旅游的价值。旅行社可以开发一些中医医药疗养、体育健身、健康徒步、户外骑行等健康养生类旅游产品。在服务过程中,一方面要提醒游客旅行过程中涉及的餐饮、住宿、景区等公共卫生安全方面的信息;另一方面,还需要增加健康服务的专业性,引导游客掌握健康养生的相关知识。

二、乡村研学游。疫情过后的较长一段时间内,民众将更加向往人流量少、空气质量佳、生态环境优的乡村旅游地。在这里,人们不仅能够呼吸新鲜空气、感受鸟语花香,还能够静下心来学习更多的健康、文化、环保等方面的知识。旅行社可开发植物科普研学游、农耕文化研学游、生态环保研学游等旅游产品。在服务过程中,旅行社应赋予此类产品更多的知识性、参与性和体验性,满足游客放松身心、亲近自然、获得知识的需求。

三、文化主题游。此次疫情改变了人们的生活、工作节奏,让习惯了忙碌的人们有了一段较长的时间来思考、学习,加上前两年我国大力推进文旅融合战略,人们的文化需求有了较大提升。旅行社可以围绕某个主题,与博物馆、科技馆或是文化内涵丰富的景区合作,开发民俗文化游、书院文化游、戏曲文化游等主题类旅游产

品。在服务过程中,旅行社一方面要突出产品的文化内涵及精神,满足游客的求知欲;另一方面要做好安全预案,避免游客集聚。

疫情之后,游客的需求将更加多样化,叠加散客化需求这一趋势,旅行社可以探索推出定制化旅游新品:

一、家庭亲子定制游。疫情防控期间,全民宅家抗“疫”让很多人有时间陪伴家人,这在很大程度上改善了家庭成员之间的关系,家庭亲子游市场基础更加稳固。针对不同家庭的需求,旅行社可开发家庭聚会游、亲子采摘游、亲子登山游、亲子摄影游等小型定制游产品。设计产品时,旅行社要围绕增强“亲子关系”这一核心科学设计行程,增加亲子游中“学”的比重。同时,努力为家庭之间搭建社交朋友圈,让小朋友之间建立亲密的伙伴关系。

二、特色美食定制游。“吃”是旅

游六大要素之一,也是对游客具有吸引力的重要资源。因此次疫情被压制的美食需求在疫情过后将充分释放。旅行社可以根据游客的饮食需求特点,开发美食养颜游、美食鉴赏游、农业美食游等定制游产品。设计产品时,要注重对美食文化进行立体式开发,让游客边听、边看、边尝、边思,使游客乐在其中。同时,要让游客参与美食制作,丰富旅游体验,增长烹饪知识。

三、生态体验定制游。已有研究表明,疫情的产生与食用野生动物有一定关联,民众的生态环保意识有待加强。考虑到疫情过后,人们回归自然、释放紧张压力的需求会更加强烈,旅行社可以开发森林氧吧体验游、生态摄影体验游、野外攀岩体验游等定制游产品。在服务过程中,注重营造绿色环保氛围,确保游客旅游体验过程中的安全性、文明性。