

宁夏：谋新路 创服务 引游客

□ 王涛

深挖游客需求

自省内恢复以来，宁夏多家旅行社快速反应，在疫情常态化阶段创造新商机，推动宁夏旅游市场早日复苏。

转变传统观念

“预计这周出口转内销的产品就可以线上销售了，前期的市场调研表明这个市场发展空间很大。”7月6日，宁夏光大国际旅行社总经理周明乐观地说。

新冠肺炎疫情暴发前，宁夏光大国际旅行社是以出入境业务为主要方向的国际旅行社，有40多家门店，从业人员200多人。疫情导致出入境旅游业务全面停止。面对困境，光大国际快速反应，利用旅行社平台和员工的社交平台，销售因疫情积压的农产品，实现双赢，成为宁夏旅行社学习的榜样。

因为长期承办境外商务会展业务，光大国际积累了大批从事进出口贸易的客户。受疫情影响，这些客户的产品大量积压。他们主动提出，是否可以利用光大国际的平台出口转内销？

经过一个多月的统计归类，周明决定，在坚持做好做精旅游业务的同时，将这批积压的出口商品中与旅游关联密切的产品打包，于一周内利用企业平台开始内销。“这些出口转内销的产品质量高、内销价格合理，市场拓展空间很大。”周明充满信心。

“我们还与银川盐池县麻黄山乡政府取得联系，计划在麻黄山万亩大接杏成熟期举办采摘节，组织银川游客走进麻黄山享受乡村旅游的乐趣，助力银川脱贫攻坚。”周明说。

随着宁夏疫情防控形势不断好转，宁夏文化和旅游厅推出了“宁夏人游宁夏”活动以及一系列优惠措施，宁夏光大国际抓住机会，推出一系列本地游产品。如今，该社业务范围不断扩大，企业员工有事干、有收入，队伍逐渐稳定。对于未来，周明也更有信心了。

“多年来，我们形成了一种思维定式，似乎司机只能开车、导游只能讲解。疫情防控阶段，为了降低企业的人工成本，我们创新推出了导游兼职司机模式，将过去两个人的工作交由一个人完成，很受游客欢迎。现在，社里的20多名导游已经不够用了，我们计划增加20多名兼职导游。”7月6日，宁夏中信国际旅行社(有限公司)副总经理田澍说。

宁夏中信国际旅行社(有限公司)是以地接业务为主的旅行社，有营业网点18家，是宁夏十强旅行社之一。

疫情暴发后，该社经营陷入困境。分析疫情给旅游市场带来的变化，田澍认为，以家庭或亲朋好友为主的小包团出游需求会明显增多。近期，他们选有5年以上驾龄、取得导游资格在10年以上的导游，面向2到5人的小包团市场，推出了导游兼职司机服务。这种创新的服务模式，很快得到了客人的认可。

田澍说，深挖游客需求创新服务模式，既帮助旅行社逐渐走出困境，又为导游提供了工作岗位。更关键的是降低了游客的出游成本，得到了市场的认可，为未来跨省游恢复后获得先机创造了条件，可谓双赢。

暑期来临，针对家庭出游需求，宁夏中信国际旅行社又推出了毕业季游宁夏、越野自驾游宁夏等亲子类精品线路。田澍相信，只要时时为游客着想，旅行社一定能尽早走出困境。

打造品牌产品

7月6日，宁夏三十二天国际旅行社负责人李岩松刚刚结束一项野外观星产品的踩线活动。

“暑期即将来临，报名星空研学旅游团的客人越来越多。活动景点的疫情防控措施、安全措施、活动设施，这些前期工作一定要细致，不能出一点问题。”李岩松说



宁夏三十二天国际旅行社在盐池县哈巴湖房车基地组织观星亲子研学旅游活动 刘普顺 摄

“完美造就卓越，用心成就客户”，宁夏三十二天国际旅行社有限公司成立于2018年。作为一家提供专业、细致的定制旅行、自驾游旅行、研学教育、商务会展、拓展培训等综合性旅游服务的企业，几年来，该社培育了一支拥有旅行定制师、自驾车领队、体验教育师和中高级导游的人才队伍。

当下，宁夏正在大力推进天文观星与文化旅游产业的融合发展，着力打造“星星的故乡”这一旅游新IP。宁夏三十二天国际旅行社也将打造星空旅游线路作为主攻方向。3月25日旅行社全面复工后，他们在宁夏贺兰山国家森林公园、盐池县哈巴湖房车基地、沙坡头旅游景区推出了12期星空

研学旅游活动，以专业的观星设备和专业的老师辅导受到中高端消费群体的青睐，每期学员迅速收满，效果显著。特别是与中科院银川中心共同推出的暑期青少年“做一次星星故乡的宠儿·求真科学营”主题系列产品，因为融合了自驾游旅行、研学教育、亲子娱乐、科学探秘等多种旅游形式，游客的参与度、体验度都有明显提升而受到游客的追捧。

疫情防控期间，星空旅游产品已经成为宁夏三十二天国际旅行社的品牌产品。对游客的吸引力越来越大。李岩松充满信心地表示，随着疫情形势好转，跨省游放开后，星空旅游产品有望成为吸引一线城市游客到宁夏旅游的一张新名片。

烟台：减损失 稳队伍 求发展

□ 刘宇艳

作为海滨城市，每年的上半年是烟台旅游淡季。“从这点来说，烟台旅行社的抗‘困’能力可能好一些，但是，生存压力却是业者们共同的。”烟台市旅行社协会会长夏卫说：“疫情暴发以来，烟台旅行社通过‘练摊带货’、创新自驾游、推出周边游产品等多种方式，努力减损、稳定队伍，想方设法‘先活下来再求发展’。”

千方百计稳队伍

4月，烟台响水湾国旅、盈科旅游烟台分公司、烟台中国国际旅行社、烟台永安国旅、百事通烟台分公司、烟台尚弘国际旅行社等百余家长旅行社共同设计推出了“鲜美烟台 百团大战”自驾游系列产品，平均每两周推出一种“老线路的新玩法”。

“参加人数最多的一次是欧乐堡亲子时光自驾游，有700多人参与，我们有信心将‘百团大战’培育为‘烟台人游烟台’周末家庭出游的品牌。”烟台响水湾国旅资深导游员赵晓会说：“系列产品推出至今，每次有新产品推出，总能吸引300—700名客人。虽然旅行社的利润并不高，但对于导游员来说，工作‘不停摆’，心里就踏实。社里一直给导游员发放基础生活费，让我们有信心挺过这段艰难的日子。”

疫情暴发以来，烟台响水湾国旅一直坚持给15名员工发放基础生活费。然而，随着夏季的到来，仅靠“百团大战”等近郊游产品不多的利润，总经理刘本强感觉压力越来越大了。

近日，刘本强有了一个新想法。他在烟台海昌渔人码头广场租了几个摊位，打算以自家班底为基础，“喊上同业当合伙人”，一起搞点“夜间经济”。“我打算推出‘渔·码头’海鲜即食排档，集活海鲜售卖、现场加工、餐厅鲜食三合一，一边寻求‘活下来’，一边为传统团队餐转型‘探路’，在磨炼团队的同时，为跨省游恢复之后旅行社亮相储备力量。”

7月10日，刘本强的“练摊”生涯将正式开始。同一天，他的“渔·码头”文创集市也将开张。他说：“文创集市项目筹划前期，从宣传发动到寻找适合的非遗项目到申请给予资金支持，烟台市文化和旅游局给了我们很大帮助。目前，文创集市正在招募非遗项目，不仅面向本社员员工，也面向旅行社同行。大家都可以来文创集市摆摊，摊位免费。海鲜即食排档和文创集市开起来，能让26个旅游人有‘活干’。”

近期，山东海洋国旅总经理李海把旅行社门店改成了烟台特产超市。抓住烟台大樱桃成熟这个机会，凌晨2点他带领员工上山采摘，挑选优质果，利用全国旅行社同行的各个平台进行分销。“艰难境遇下共同谋生存，不仅是为了紧密行业联系，也希望守望相助，有更多的同行‘活下来’。”李海说。

据了解，疫情暴发初期，烟台中国国际旅行社、烟台同游国际旅行社、烟台响水湾国旅、山东海洋国旅等多家旅行社纷纷承诺“不裁员”。截至目前，大部分旅行社都做到了信守承诺，带领员工多措并举谋生存。“希望能够带领全体员工迎来旅游行业的全面复工复产。”这是烟台大多数旅行社负责人的心声。

多措并举克时艰

7月4日，“烟台旅行社线上销售首场直播活动”正式开播。在烟台市文化和旅游局免费提供的“文旅云”直播平台上，烟台交运国际旅行社、烟台海湾国际旅行社、山东旅行社烟台分公司等7家企业参与直播。

据直播活动主持人、烟台市导游大师工作室负责人张超介绍，从旅游景点门票、周边游产品到地方特产、旅游纪念品，旅行社带来了非常丰富的产品。截至7月5日11时，直播间流量达到18.25万人次，多数产品被秒杀。

作为一名资深从业者，这次直播让张超感触颇深，“旅行社卖产品是常态，但在带货直播领域，我们是新兵。旅行社同行们可谓想了办法，直播背后每一种产品都有着一段不等不靠自强不息的感人故事。他们的努力，对于线上渠道的执着探索，也让我坚定了熬过这段艰难时光的信心，这次直播也将成为我记忆中最有温度的回忆。”

据了解，近期，烟台市文化和旅游局还联合市农业农村局，组织烟台本地的40家旅行社和20家农产品商户、加工企业，借助烟台“文旅云”和旅行社的自营平台，共同推动美丽乡村“大棚游”“采摘游”“垂钓游”“农庄游”等周边游产品和农副产品的销售，让旅行社直播带货更有内容和特色。

早在2014年，山东江山国际旅行社就成立了“烟台爱去哪”网络科技有限公司。据该公司业务经理郭俊萍

介绍，作为预售电商平台，疫情防控阶段，“烟台爱去哪”新增了抢购和预售电子门票、预约消费和旅游特产等内容。“我们应该是烟台第一批复工复产的旅行社之一，3月5日就开始了电商运营，到目前为止，基本保证了全员薪酬的发放。”江山国旅总经理乔仁瑞说。

据烟台市文化和旅游局市场管理科科长王忠杰介绍，疫情防控阶段，烟台市文化和旅游局与相关部门、行业协会携手，鼓励张超、姜德利、王树文、车丽丽等国家金牌导游员，通过网络短视频宣传家乡的美景、美食、美物和风俗，在成功吸粉的基础上打造导游个人品牌，通过延伸服务获得收入。同时，通过专业培训，帮助旅行社减少损失，从2月28日起，依托“烟台旅游头条”官方微信小程序，推出线上公益业务培训，邀请国家金牌导游员、资深律师、仲裁专家、院校老师等轮番上阵授课，通过移动端线上学习，免费下载课件分享交流。

截至目前，烟台市文化和旅游局共开展培训课程16堂，累计参加培训1900多人次；通过邮箱、微信群等方式，向旅行社推送线上培训课件，方便旅行社结合自身需求制作培训资料，开展社内培训。从7月9日开始，烟台市文化和旅游局将邀请电子商务专业院校老师和粉丝量过百万的导游员开展线上授课，围绕产品线上销售、导游自媒体运营等内容进行培训，提升旅行社从业人员的线上运营、自媒体传播能力，进一步稳定队伍，力争做到“少裁员、不裁员”。

中旅旅行：助力导游“变身”

□ 本报记者 张宇

东湖风景区、黄鹤楼、户部巷、江汉路轮渡……4月9日，武汉正式解封一天之后，中国旅游集团旅行服务有限公司(以下简称“中旅旅行”)所属的武汉国旅3名金牌导游就开始了疫情防控阶段的第一次带团工作。与往常不同的是，他们变身网络主播，通过镜头接力的形式分享武汉美景，带领游客“云旅游”。当日，持续4个小时的直播吸引了153万观众在线参与。

新冠肺炎疫情发生后，旅游业遭受重创，导游也都进入停工状态。如何稳定导游队伍，让他们有事可做成为摆在很多旅游企业面前的难题。

“中旅旅行始终关注导游队伍建设，开展了多项举措稳定导游队伍，导游变身网络主播就是一个尝试。”中旅旅行相关负责人告诉记者。

在新媒体大热的当下，中旅旅行进行了“云旅游”“直播带货”等跨界尝试，希望利用网络直播平台，突破时空限制，将导游和游客进行“云”对接，在疫情期间带领游客们足不出户“云游”山水。“这样既能调动导游积极性，又能宣传企业品牌，一举两得。为了提升导游的专业能力，我们还组织了更具针对性的培训。”该负责人表示。

截至目前，中旅旅行已经组织策划了多场“云旅游”“直播带货”等营销活动。

“5月，国内游项目组开展了以‘精彩海南 礼遇价到’为主题的首场直播带货活动，直播时长2小时，在

线观看人数超35万人，收获点赞超5万次，销售成绩喜人。6月，我们开展了‘房车接力，云游中国’直播接力活动，策划了11场直播，吸引了超过400万网友关注参与，效果喜人。”该负责人说，“近期，公司召开了‘新媒体全国联动营销动员会’，将导游领队正式纳入新媒体阵营。未来，公司将通过统一的新媒体素材选取、视频编辑等培训，甄选优秀的导游领队作为主播，参与后续的新媒体工作。”

除了线上创新工作，中旅旅行还积极恢复线下业务。“公司推出了‘北京人游北京’等产品，在为导游提供工作机会的同时，产品也广受好评。”该负责人表示。

据介绍，为了进一步稳定导游队伍，中旅旅行还建立了导游领队人员关爱机制，旗下所属企业开展了多种多样的帮扶计划。“总的来说有两方面工作：一方面不断寻找电商直播平台，探索合作的可能性；另一方面积极联系供货企业采购产品，带领导游领队进行分销，减轻他们的生活负担。”该负责人说。

此外，中旅旅行还组织导游进行持续有针对性的培训，帮助导游练“内功”，提升专业素养。4月初，该公司发布了导游领队相关管理规定；中旬，通过企业微信会议的方式，组织公司本部导游、专职领队进行制度宣讲和“文明旅游”专题培训。“利用‘垫伏期’补短板，练内功，确保导游队伍在疫情防控阶段学到新技能，业务不掉队，也是稳定导游队伍的重要措施。”该负责人表示。

康辉旅游：打造网红导游矩阵

□ 本报记者 张宇

6月23—24日，来自全国的2000名康辉导游齐聚抖音直播间，参加了由中国康辉旅游集团(以下简称“康辉旅游”)主办的“导游直播培训”。此次培训也标志着康辉旅游筹备近2个月的导游直播“星火计划”正式启动。

培养导游主播，康辉旅游目的何在？采访中，康辉旅游相关负责人给出了答案：“稳定导游队伍的同时，期望可以形成导游KOL(多指网络上在某个方面很有影响力的人)矩阵，让其成为线上吸引游客报名的入口。”

“旅游业全面复工复产还需要较长的时日，导游领队面临着失业、转行的生存危机。而导游领队是文旅产业链上不可或缺的重要组成部分。若发生大规模导游领队转行，对于文旅产业的恢复和发展将是巨大损失。”该负责人表示。

疫情防控阶段，直播带货成为品牌宣传和产品售卖的重要渠道。旅游直播作为目的地、景区等与用户建立连接的最佳线上场景，正在成为旅游行业振兴的催化剂。康辉旅游从直播最核心的要素“主播”切入，携手相关机构，发起导游直播“星火计划”，打造旅游KOL孵化的课程体系和培养计划。双方将探索一套符合目的地旅游体系和

需求的标准化孵化和培养路径。

据介绍，康辉旅游拟通过3个月的孵化期，培养一批具备直播带货能力的网红导游，形成导游KOL矩阵，助力长效发展，推动旅游产品及目的地“种草”的生态融合。“从以往的跟团游、自由行到现在的定制游，我们将导游从旅行供应链的后端前置到线上，让导游通过生产个性化的内容黏住用户，成为线上入口。”该负责人表示。

培训中，讲师们围绕导游主播的打造方向，以导游直播短视频案例分享和旅游头部账号拆解案例作为切入点，将直播短视频平台现状、网感培养、个人IP建立、短视频内容策划等基础技能深入浅出、全面细致地进行讲解。

“星火计划”得到了导游的积极响应。“听说集团组织导游直播培训，好多导游都积极参与。之前就有直播带货的想法，但是想做却不会做，培训老师讲的都是很实用的内容，让我们对网络直播有了一个基本了解，下次直播培训我也不会错过。”有导游表示。

接下来，康辉旅游还将与旅游目的地政府合作，将培训搬到线下，通过高强度、系统化的培训，为旅游目的地导游赋能，在各地打造出一批具有影响力的头部流量导游，为用户提供个性化的旅游体验。

河北启动网上导游大赛

本报讯(王凯东 高越)日前，河北省旅游协会导游分会、保定市旅游协会、保定市旅游发展中心、白石山景区联合在快手短视频APP上发起了“白石山杯”网上导游大赛。

据悉，举办此次大赛的目的是让导游讲解人员在市场恢复中“稳队伍，提技能，塑形象”。通过网上比赛的形式，为导游讲解员提供展示形象的平台，从而发现人才、锻炼人才、吸

引人才。大赛主办方邀请了全国知名旅游专家进行打分，将评选出“最美网红导游”一等奖1名、二等奖2名、三等奖3名、优秀奖10名和参与奖100名。比赛历时1个月，所有奖项将在8月产生。

据了解，白石山景区为所有参赛选手提供踩线机会，所有参赛选手均可以获得快手短视频的专属流量支持。

上海定制旅行培训素材设计大赛揭晓

本报讯(范婷婷)近日，首届上海市定制旅行培训素材设计大赛颁奖仪式举行，20位参与设计大赛的上海一线导游获奖。

导游定制旅行培训素材设计大赛由上海市文化和旅游局指导，上海市旅游行业协会主办。经过为期两个月的作品征集和评审，最终由来自旅游院校和行业的专家评选出20例“优秀设计奖”和12例“入围奖”。

据评委介绍，进一步稳定队伍的培训素材设计作品不仅操作性强，而且制作

精美，凝结了各位参赛选手的智慧和汗水，让人感受到了上海导游队伍积极向上、敬业的精神。据悉，本次获得优秀奖的20例作品将被上传到上海市文化和旅游局官网供导游学习。

上海市文化和旅游局相关负责人表示，市文化和旅游局积极为旅游企业员工搭建培训平台，鼓励导游在疫情防控期间通过在线学习与培训强内功、蓄积后劲，为疫情过后的旅游业振兴做好准备。

陕西岚皋全域旅游创建成效显著

陕西省安康市岚皋县位于陕西南部，巴山北麓、汉江之滨，毗邻湖北、重庆两省市，是秦巴生物多样性生态功能区和国家南水北调中线工程重要水源涵养区，境内旅游资源丰富，有各类景观(点)230余处。近年来，岚皋县全力推进国家全域旅游示范区创建工作，围绕创建总体要求，制订并出台了切实可行的方案、措施及各类奖补办法，通过加强景区基础设施建设，对旅游服务行业进行提等升级，推进文化、旅游、农业等高度融合，以旅游促消费、以消费助脱贫，不断推进全域旅游创建工作取得新成效。

开发重点项目，推进全域旅游。为推进全域旅游创建工作，先后启动了县

城游客服务中心、县城旅游集散中心建设。目前已完成旅游服务中心项目场地平整和县城旅游集散中心的规划改造方案，同时引进有实力的企业投资新建快捷酒店，参与共建共享；启动了花里、桂花、宏大、天坪4个旅游民宿示范点建设；完成了全域旅游标识体系建设；新、改扩建旅游公厕19座。

优化旅游购物，实现产业融合。在打造核心美食街区的同时，培育出20余个名菜和小吃，使“岚皋美食”成为岚皋旅游的一张名片。围绕富硒食品饮料，突出特色产品升级，新培育了一大批文创手工艺品以及大型旅游超市。此外，启动杨家院子村和桂花村民宿建设，新增岚皋县四季恒温旅游馆并完善

了巴山珍稀植物园功能配套建设。

文旅融合落地，拉动经济增长。积极参加各类营销活动，举办了以“巴山画廊·晒有岚皋”为主题的旅游推介活动20余次。央视7套《乡村大舞台》栏目组两次走进岚皋录制，提高了岚皋旅游人气，推动了经济消费。陕南首个非遗文旅小镇、陕南首个县级24小时自助图书馆率先建成，标志着岚皋县文旅建设项目的深度融合。

景区建设有序推进，突破发展瓶颈。为解决岚皋县景区发展瓶颈，促使核心景区提等升级，岚皋县积极引进湖南中惠旅游管理公司对南宫山景区进行管理和打造。目前，南宫山景区规划提升方案已通过评审，神河

源景区生态停车场建设项目已完工，全胜景区步道正积极推进，其他项目也正抓紧实施。

景区带动脱贫，打响旅游品牌。岚皋县文化和旅游局围绕脱贫攻坚年度工作计划，制订了旅游扶贫政策，聚焦“一镇(四季镇)两村(天坪村和桂花村)”旅游扶贫示范样板，建立健全了旅游扶贫工作台账，全面完成脱贫任务。其中景区带动就业脱贫102户334人，园区带动脱贫257户835人，旅游商品开发带动脱贫50户161人。同时，启动杨家院子非遗文旅小镇建设，提升“魅力田园·锦绣花里”乡村旅游线路品牌，提高南宫稻作文化打谷节品牌影响力。

(杨洁 张莹)