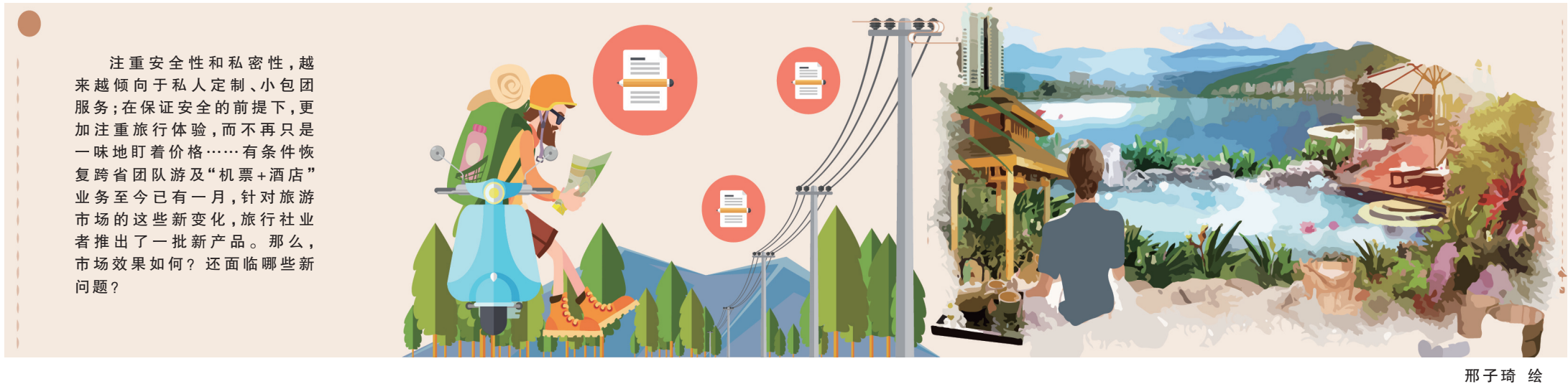




邢子琦 绘

陕西旅行社行业
多举措倡导厉行节约

本报讯(任丽)习近平总书记近日对制止餐饮浪费行为的重要指示,在陕西多家旅行社引发强烈反响。多位业者表示,如果每个旅游团队都能做到杜绝“舌尖上的浪费”,对于在全社会形成厉行节约之风具有重要意义。旅行社、导游和餐饮企业应共同发力,在旅游团队中倡导节俭厉行节约。

中旅华山旅游有限责任公司、西安旅游集团旗下西旅股份西安海外旅游有限责任公司、西安天马国际旅行社等多家旅行社负责人一致认为,旅游一线工作者(导游、领队、餐厅工作人员等)有反复提醒、督促、引导游客在就餐时杜绝浪费的义务。

针对旅游团队团餐中自助餐浪费较多的情况,有业者建议,导游与餐饮服务人员应主动分派菜品,发现客人有没用完的食品主动提示,以此杜绝团餐浪费行为。

中旅华山旅游有限责任公司总经理王凯鹏认为,倡导践行餐桌文明,导游可以发挥更多作用。导游可以从服务方式、语言、技巧、用餐方式等方面,来引导游客杜绝“舌尖上的浪费”。首先,可以在车上加强宣讲引导,路途上,导游除了在安全防控方面进行提醒之外,还可就“节约光荣、浪费可耻”良好习惯的养成,进行多次提醒;其次,在酒店享用自助餐时,导游还可从控制取餐数量等方面进行提醒,比如规范游客自助取餐,提醒团队游客按需、少量、多次取餐,并监督、督促游客成为“文明用餐、厉行节约”的宣传者和实践者;在不提供自助餐的餐厅就餐时,导游应提醒餐饮企业按需提供,可以根据团队客人在年龄、性别等方面的差异有区别地提供份餐。

也有业者提出,旅行社在设计产品时,也应重视餐饮环节,科学合理地设计菜单,有针对性地调整菜品数量、分量,既让游客体验旅游目的地的餐饮文化,又做到勤俭节约。



邢子琦 绘

小包团、高端定制游增量明显

海南康泰旅游股份有限公司总裁陈晨:

7月15日跨省团队游恢复的消息传来,康泰人非常兴奋。我们终于等到了这一天,疫情期间练好的内功终于有了用武之地。

新冠疫情改变了人们的出游方式,传统大巴跟团游业务量明显下滑,有条件的游客更倾向于选择定制旅游服务,“人少、自驾、安全”成为近期人们出游选择的关键词。从康泰一个月

以来的经营数据,也可以看出这种趋势,主要表现为私家小包团、高端定制游的预订数量明显增加。

根据需求的变化,我们及时调整了产品内容和服务方式。7月18日,我们接待了跨省团队游恢复后的第一个定制小包团。截至目前,康泰的定制游业务量已经恢复到去年同期水平,游艇、冲浪、低空飞行等个性化新玩法备受推崇。预计后

续定制游订单还会继续增加。

此外,我们推出的“微领队”服务也很受欢迎,游客自行安排行程,出行前可在线上预订管家服务,抵达海南后有任何需求和问题都可以跟线上管家联系。管家不仅答疑解惑,还能够根据客人的需求提供帮助,包括预订其他服务等。我觉得这也是未来旅行社服务的一个趋势。

客观讲,海南各级政府部门出台了很好利好政策帮扶企业渡过难关,但是,

眼下旅行社行业发展仍面临着诸多不确定性。这也给业者提了一个新问题,那就是如何适应消费趋势的变化。我们做了一些尝试,比如加大推广线上管家服务,加大私家团、定制游等方面的投入等。

跨省团队游恢复给业者带来了希望,但压力仍然存在。比如,目前,康泰部分线下门店还没有开业,很多业务板块也没有恢复。我们花了3年时间培育的入境中心,招揽了大量外语人才。新冠疫情发生前,我们充满信心,因为

这批人才足以匹配海南自贸港建设、国际旅游消费中心建设所带来的市场需求,可以说入境中心前途一片光明。然而,突如其来的新冠疫情,让一切成了泡影。现在,我们只能通过内部调整岗位来稳定这批员工,但是疫情至今已经过了大半年时间,入境游短时间内难有起色,这些员工一旦转行,很难说将来他们还会不会回到旅游行业,对于康泰来说这是实实在在的损失,让人心痛。

(文字整理:林雯晶)

康养主题地接产品更接地气

厦门逍遥游国际旅行社产品研发总监佟彤:

7月23日,41名来自湖南长沙的游客抵达厦门高崎机场,这是跨省团队游恢复后厦门迎来的首个康养旅游团,是由我们接待的。

突如其来的新冠疫情,让人们对于康养类产品的接受度更高了。

“一城春色半城花,万顷波涛拥海来。”厦门作为“海上花园”城市,拥有得天独厚的山、海、林、泉等旅游资源。游客可以在环岛路骑行,感受星辰大海的诗意与浪漫,也可以在国内唯一的山海

健康步道漫步休闲,观山望海深呼吸,这里还有世界文化遗产地鼓浪屿,这些都是康养度假的好去处。

我们在做产品调研时就发现,游客对于康养旅游的需求越来越高。跨省团队游恢复后,我们在第一时间推出了康养系列、亲子游系列和小包团系列三款地接产品。其中,康养系列以“康养夏秋冬、快乐厦门游”为主题,包括“悦泊鼓浪屿”等产品,行程多以3天到5天为主,游客可以畅游鼓浪屿、云上厦门、

沙坡尾、南普陀等景区景点。截至目前,康养系列每天都有团,客人一般在20人左右。

跨省团队游恢复一个月以来,我们更加深入地看到了这场疫情带来的转变,游客的生活观念和消费观念都发生了根本性的改变,大家更乐于选择亲近大自然、健康休闲的出游方式,在旅游消费观念上也从以往一味看重价格转为更加追求有品质、舒适度高的旅游产品。分析我们接待的团队,跟团游比例在下降,自由行的比例不断增加,“机票+酒店”的需求越来越多。

下一步,我们计划在巩固康养类产品的同时,推出“秋味”系列、“冬日温泉季”系列、“跟着电影游厦门”系列、“最炫爸妈秀”系列、“年味”系列等地接旅游产品。其中,“秋味”系列中,我们将在老院子景区推出“中秋博饼嘉年华”活动,邀请游客体验博饼文化。选择“冬日温泉季”系列的游客,既可以到鼓浪屿泡温泉,也可以到周边城市的龙岩天子温泉、漳州佰翔圆山温泉等地“泡汤”。“跟着电影游厦门”系列中的“电影”,是我们自编自导的一部喜剧电影,讲述的是下南洋的父亲回到鼓浪屿,为

儿子娶亲比嫁妆引发的一系列搞笑故事,游客是演员,我们提供服装道具,有专业的剧组进行拍摄。“最炫爸妈秀”是专门为父母旅行而做的一场秀。厦门的秀很多,但是游客都只能坐在观众席上看,没有办法参与,而我们所做的秀就是让游客参与进来,每位游客都是这场秀的主角,以此深度体验厦门休闲之美。“年味”系列中,我们会推出写对联、打糍粑、放烟花、舞龙舞狮等精彩活动,让游客放下手机陪伴家人,追回儿时浓浓的年味儿。

(文字整理:李金枝 记者 吴健芳)

由旅游服务商向综合服务商转型

山东嘉华文化国际旅行社有限公司董事长张明:

7月16日,由山东嘉华文化国际旅行社有限公司(以下简称“山东嘉华旅游”)组织的“由济南至桂林”旅游团正式启程,全团25名游客,这是旅游业暂停172天之后山东省发出的首个跨省游团队。

跨省团队游恢复后,如何在保证安全的前提下迅速打开市场,成了我们面对的首要问题。就目前来看,我们认为国内游客人主要来自两个方面,一是单位奖励旅游团队,二是家庭小包团。不论哪类游客,共同需求都是安全、个性

化、私密和定制,这也是跨省团队游恢复后旅游需求的新特点。同时,游客的旅游观念也发生了一些转变,就是在保证安全的前提下,更注重旅行体验,而不再只是一味地盯着价格,这是一个好现象。

面对旅游业的新形势、新特点,山东嘉华旅游以游客体验为核心不断创新。我提出了两个新概念:“老瓶装新酒”和“新瓶装老酒”。所谓“老瓶装新酒”就是进行服务升级,对原有服务进行升级换代,更好地满足游客需求;

“新瓶装老酒”,即开发新线路,比如我们开发的甘肃甘南、黑龙江伊春等新的旅游目的地以及“火车专列游览”等新产品,就很受游客欢迎。

在疫情防控常态化背景下,人们出游方式、出游内容都呈现出新的特点,更加注重安全性和私密性,越来越倾向于私人定制、小包团服务。我们也积极推出了“定制小包团”服务,为游客设计深度的定制小包团线路和服务。以前旅行社是“保姆型”的,为游客提供吃住行游购娱全方位一站式服务,现在游客消费更加成熟,旅行社要向着“管家型”的方向转型,旅行社从

业者要比游客更专业,才能得到消费者的信任,从而满足消费者的需求,最后向着“专家型”的方向努力。

过去的半年,可以用一个“熬”字来形容。在旅游业全面暂停的阶段,我们努力转型自救,由旅游服务商向旅游综合服务商转型。为此,我提出了“旅游生活+”的概念,即“旅游加生活相辅相成”。目前,山东嘉华旅游已经整合了济南地区的50多个商家,帮助客人花99元就能得到相当于5000元的专属权益。比如,山东嘉华旅游接待的游客去加油、买蛋糕,都能享受专属优惠。下一步,我们计划发行“泉城惠民卡”,争取在8月底推出,让我

们的客户、消费者得到实惠,同时也让商家有所收获,这是我们的目标。

跨省团队游恢复已有一个多月,但是,旅游市场要想恢复到原来的状态还需要更长时间。未来,旅行社需要在服务、产品研发、设计、资源采购上下功夫,进一步转型升级。另外,不同类型的旅行社也应该有所分工,比如,大型旅行社向着集团化和产业链上下游方向拓展;中型旅行社做精做专,开成专卖店;小型旅行社成为大型旅行社和中型旅行社的代办机构,以此最大限度地发挥各个市场主体的优势,满足不同消费者的需求。

(文字整理:张同同 李晶媛)



全域旅游
吉林行(二)

长白山池北区:

彰显生态底色,向世界级全域旅游目的地迈进



回望5年,吉林省忠诚践行习近平新时代中国特色社会主义思想,抓住全域旅游发展机遇,以宽广的视野矗立起承接健康吉林、乡村振兴、文化复兴、生态文明、精准扶贫等重大战略的鲜明标杆,全域旅游成为吉林创新、协调、绿色、开放、共享发展的一个战略载体。

让城市融入大自然,让居民望得

见山,看得见水,记得住乡愁。作为

首批国家全域旅游示范区,近年来,长白山池北区全面贯彻“保护生态和发展生态旅游相得益彰,这条路要扎实走下去。”的指示,坚持将生态文明理念贯穿于旅游发展的各领域和全过程,形成了美丽山水与特色城区齐头并进、自然环境与人文景观互融共促的新局面,池北区正在阔步迈进世

界级生态全域旅游目的地。

温柔的阳光,湛蓝的天空,清新的空气,穿区而过的二道白河缓缓流淌,野禽在河中嬉戏……池北区地处长白山脚下,辖区面积1162平方公里,现有1家国家5A级旅游景区、1家国家4A级旅游景区、1家国家级湿地公园,在2019年获评“全域旅游发展年度优秀案例”,并被国际慢联授予“慢城”称号。

“全域旅游”是空间全景化的系统旅游,是跳出传统旅游谋划现代旅游、跳出小旅游谋划大旅游。长白山池北区副区长纪晓辉说:“池北区以全域旅游为引领,以‘景城融合’创建为重点,以二道白河旅游特色小镇为载体,不断集聚功能项目、丰富旅游业态、打造核心吸引物,实现旅游业从观光型向休闲度假型转变、从数量扩张向质量提升转变、从单一发展向多元融合转变,使全域特色生态旅游建设实现新突破。”

心下移,旅游集散中心、景区游客中心一体化建设与管理,开发“智游长白山”客户端并建立智慧旅游总入口,实现一部手机游全区;以国际论坛、节事赛事为平台,政府、企业、个人、传统与新技术相结合,创新营销方式,培育世界生态旅游国际品牌。

厕所革命先行,生态节能环保,再树靓丽风景。2015年以来,长白山池北区举全力推动旅游公共服务转型升级,在全国率先掀起“厕所革命”,将先进技术与环保理念融入旅游厕所的建设,新建生态旅游厕所49座,分布在重要的旅游节点上,实现“一公厕一风景”。先后获得国家旅游厕所设计大赛一等奖、“厕所革命十大典型景区”等称号。

“绿水青山是金山银山,冰天雪地也是金山银山。”长白山池北区依托长白山“生态”与“文化”品牌价值,扎实推进旅游供给侧改革,错落布局了各类独具特色的休闲公园、休闲长廊、休闲广场,将68公里自行车道与人行木栈道并行的慢行系统环绕全城,建设了连接景区与城区的全线365公里环长白山慢行绿道,相继举办了“长白山国际冰雪嘉年华”“长白山粉雪节”“长白山国际生态论坛”



“T20世界旅游名镇联盟长白山峰会”,不断深度开发冰雪运动、温泉养生、慢城慢行等新业态产品,创新旅游活动、旅游产品、旅游服务。

“长白山拥有世界级的资源优势、区位优势、政策优势、品牌优势、交通优势。”纪晓辉说,在全域旅游时代下,在新的产业格局下,长白山池

北区将开展一场旅游“深度+”的实践,打造以“冰雪+大健康”为主题的特色小镇,深入推进“旅游+”战略,促进旅游与互联网、文化、养生、体育等相关行业融合发展,走出一条生态优势强、综合效益好、旅游特色化、全域高质量的国际化发展道路。

(苏尚)