

武汉学知悟达国际旅行社有限公司研学导师李雪：

享受“师者之乐”



□ 李雅红

依旧是那间熟悉的办公室，面对的还是那些同事，就连桌上的签字笔也还是一红一蓝插在笔筒内。但是，变化已经在不经意间发生。回顾2020年，武汉学知悟达国际旅行社有限公司（以下简称“学知悟达”）研学导师李雪说，作为一名从来没有下过农田的90后，以前她对农业知识一无所知，现在却俨然是个小专家了。

比如，以五谷为例，李雪可以给出三种答案：基础版——“五谷是稻、黍、稷、麦、菽的总称”；进阶版——从辨别、比较五谷的象形文字和现代汉字出发，讲述五谷的发展变迁；实操版——“割稻子要握住稻秆2/3处，太靠上不容易使劲，太往下又会割到手。”

这些只是2020年李雪密集带团的收获之一。2019年底，李雪所在的学知悟达与深圳文科园林股份有限公司强强联合。那时，谁都没有想到，文科700亩光谷有田劳动实践教育基地成为支撑学知悟达熬过2020

年的“诺亚方舟”。

一年多来，李雪是往返教育基地次数最多的研学导师。农耕农事是教育基地的主打课程，也是李雪带的最多的团。

凌晨4点半起床，简单洗漱后搭车出发，赶在六点半到校，然后再前往教育基地。对李雪来说，这是工作常态。虽然来过很多次，但每次带团，李雪都会跟学生们一起挽起裤腿，走进田里。完成工作任务之余，搭把手，干一干农活。李雪说，当她把农事知识教给不同的孩子，看到他们或专注或吃惊的眼神，心情总是很愉悦。

能够享受“师者之乐”，背后是李雪对于内功的修炼。

去年武汉封城时，李雪和小伙伴们主动请缨，为基地打造微课程。《春秋秋收识五谷》《田家少闲月 五月为“麦”忙》《屈原的秘密花园》等课程，全都围绕农事农活、自然、劳动教育等关键词展开。

看书籍查资料，请教农业专家……微课虽小，但内容翔实，课程导入、新授课程、分享总结等一项内容都不能少。一堂微课从创意到落地，大概要花费两周左右的时间。

“新冠肺炎疫情让人们意识到自然与生态的重要性，疫情也为自然教育、劳动教育的开展提供了契机。”李雪说，教育基地比传统景区更具教育属性，研学导师需要协助基地的工作人员完成课程内容的策划设计，而这要求研学导师拥有更丰富的知识储备、更高的协调沟通能力以及更加全面的安全意识。

去年3月—5月，李雪和小伙伴们在抖音上发布了13个武汉话小课堂以及“我把最美的武汉说给你听”微公益课，以线上讲座、短视频、图文直播等多种方式，让外界了解真实的武汉。

“一分耕耘一分收获，这句话不仅适用于农事劳作，也适用于我的工作。”李雪说，这是2020年她最深刻的感悟。（被访者供图）

北京世纪中润国际旅行社高级导游付云鹏：

坚守下去就能看到希望

□ 本报记者 赵垒

从一名带团在国外四处跑的领队，到成为守着雍和宫、国子监进行精讲服务的讲述者，北京世纪中润国际旅行社（以下简称“世纪中润”）“讲述者”雍和宫项目负责人、高级导游付云鹏说，他的2020年是在“不得已”中开始的。

去年年初，和所有同行一样，一夜之间付云鹏“失业”了。忐忑焦虑之际，世纪中润董事长谭从敖找到他，希望他负责“讲述者”雍和宫项目。那时，世纪中润刚刚注册了“讲述者”品牌，希望通过提供精讲服务，为未来旅游业的复苏提前布局。“其实，近两年我也发现游客对于讲解的关注度越来越高，相比于吃住行，他们更希望听到有深度的讲解，能够有所收获，而这种收获直接决定了整个旅游行程的满意度。精讲服务恰好可以让游客有所收获。”付云鹏说，现在回头看，其实无论是公司、还是自己，改变都是在“不得已”中开始的，是被新冠肺炎疫情倒逼着不得不静下心来重新确定方向，从头开始探索。

方向确定了，实施是个大问题。以往，游客在雍和宫可能停留时间不过一个小时，而现在要精讲，光是讲解就要一个小时甚至更长，到底讲什么？从5月开始，整整3个月，付云鹏和两位同伴一起扎进了图书馆、佛教典籍和网络之中，雍和宫的每一道门、每一块牌匾，他们都研究过无数遍。“比如，雍和宫有一块牌匾叫福衍金沙，通常来说，在佛教中金沙代表金沙江，而在雍和宫、在福衍金沙这四个字中，金沙江的解释似乎并不贴切。查阅了很多佛教书籍我们发现，金沙称作宇宙更为恰当。”

8月1日，“讲述者”雍和宫栏目在某平台正式上线。“然而，整个8月无人问津，一分钱也没赚到；9月偶尔有订单，不赔也不赚；10月，雍和宫项目开始盈利，那一个月我们服务了150名游客。”付云鹏说，煎熬的是9月份，因为偶尔的一两张订单，接与不接都赔钱。关键时刻，世纪中润给予团队极大帮助。企业承担了一部分成本，



让他们有了坚持下去的勇气。

曾经接待过的三位客人给付云鹏留下了非常深刻的印象，“和别的客人不同，他们不是来探雍和宫的历史故事、也不是来看雍和宫的建筑的，那天他们专门包场就为听讲述者深度讲解。听完后，他们激动地表示，这样的讲解很精彩，让他们了解了更多佛教文化。那次服务让我们悟到了精讲服务更深层次的意义——我们是文化的传播者。”付云鹏说。

回顾2020年，付云鹏说，最大的收获就是坚守，只有坚守才有希望。“长达半年的实践让我们相信，自己能够做好精讲服务，能够走好文化传播这条路。”

眼下，“雍和宫”项目团队又遇难关。针对疫情防控形势，自去年12月30日起，雍和宫关闭了戒台庵、班禅楼，进入雍和宫限额人数再下降50%，团队再次进入学习状态。不过，对于这次学习，付云鹏想得很清楚：“我们会继续完善雍和宫的精讲服务，同时钻研国子监的讲解词，讲解内容还需要再完善、再碰撞。眼下又是‘寒冰期’，但我们将继续坚守下去，期待着春暖花开，期待着旅游业早日复苏，期待着再次挑战雍和宫、国子监的精讲服务。”（被访者供图）

本地游集中“上新” “就地过年”也不错

□ 本报采访组

“为了减少感染新冠肺炎病毒的风险，我昨晚跟家人商量好了，准备‘就地过年’。”在北京工作的90后司小燕说，第一次不在父母身边过年，虽然心里有点空落落的，但是想到有机会体验工作所在地的年味，感觉也还不错。这几天，司小燕正在和同样不打算返乡过年的同事筹划，如何在保障安全的基础上，过一个愉快的春节假期。

随着春节临近，“就地过年”登上了各大社区平台的热议话题榜。为了让留在工作地过年的人们有一个更有温度、更有文化内涵、更有趣的假期，多地文化和旅游部门备好了本地游“大礼包”，旅行社和OTA也积极行动起来，设计丰富多元的假日产品。在一部分从业者看来，这个假期将是考验旅游企业对市场需求变化反应是否灵敏的绝佳时机。

本地游走旺

多家OTA近日发布的统计数据显示，随着各地“诚意挽留”大家就地过年，相比以往“一票难求”的情况，传统热门火车线路和航线的购票情况远没有往年紧张。值得注意的是，从近一周的数据来看，各平台上本地旅游产品，尤其是套餐产品的搜索量有了不同程度的上涨。

以北京为例，去哪儿网数据显示，在过去的一周，有关春节期间北京本地

景区的搜索量较前一周增长七成，“酒+景”套餐搜索量增长四成，一日游成为春节期间北京地区用户最为关注的旅游产品。古北水镇、南宫温泉水世界、军都山滑雪场热度较高。去哪儿副总裁刘晗表示，从搜索和预订情况来看，今年选择“就地过年”的人明显增多，本地游产品热度最高。

马蜂窝旅游大数据显示，1月以来，关键词“周边游”的搜索热度上涨了71%，一线和新一线城市是人们关注的周边游热门目的地。最受本地游客关注的TOP10城市分别为：重庆、杭州、西安、深圳、成都、北京、广州、苏州、上海、南京。“相较于异地游客更倾向于游览一个城市的著名景点和网红打卡地，居住在本地的人们需要有深度、有品质的玩法。”马蜂窝相关负责人表示，滑雪和温泉仍是冬季旅游热门。

产品供给丰富

此前，曾有业者判断，这个春节旅行社只能“凉凉”了。记者了解到，虽然确有部分旅行社选择春节期间暂停营业，但也有不少业者积极备战。

海南旅品惠国际旅行社总经理张惟惟表示，依据当前防疫政策，该社已经对业务做出调整，主推小包团，还特地增配了50把额温枪以满足防疫需求。“尽管目前受大环境影响，游客出行欲望骤减，但针对本地游客推出的小包团产品反馈还不错，尤其是一些

主题鲜明的一日游产品。”张惟惟说，设计小包团产品时，该社和酒店、景区进行合作，将水果采摘、温泉康养等元素加入线路中。行程中尽量减少与他人的接触，尽最大努力保证行程安全。

春秋旅游副总经理周卫红告诉记者，根据疫情防控形势的变化，今年寒假和春节，春秋旅游增加了上海本地旅游产品的供给数量。结合“乐嗨上海过大年”这一申城春节文化和旅游主题，春秋旅游推出了“美食”“观光”“文化”“健身”“怀旧”“公益”6个系列的产品。此外，对于不回乡、在工作地过春节的留沪人群，春秋旅游还定制了一个贯穿春节7天假期的“乐于公益”活动。“希望通过公益活动，能让略有漂泊感的年轻人感受申城的温度，在轻松的旅游过程中深入了解上海的历史。”周卫红说，即便“足不出沪”，该社的旅游防疫措施依然十分严格。检查每位游客的健康码、行程卡，提醒游客洗手消毒、佩戴口罩，已是导游“标配”。

针对春节假期带孩子出游的需求日渐增加，广之旅国际旅行社推出了企业客户专属的亲子游产品。据该社副总裁黄静茹介绍，亲子游产品从帮助广之旅的企业客户维护员工关系、为员工发放福利的角度出发，希望能够在广之旅合作的企业内部进行产品推送。

为服务春节市场，中国国旅（厦门）国际旅行社有限公司推出了5款周边游产品。“目前收客情况都不错。”该社总经理助理吴水燕坦言，本地游、周边游的市场竞争依然非常激烈，对于传统旅行社来说，如何转型升级成为关键问题。

提供“一站式”服务

中国旅游报记者发现，“就地过年”产品已经登陆各在线旅游平台。

携程跟团游推出了“年味私家团”“年夜饭私家团”产品，用户可以与家人朋友独立成团，独立用车，还有专属的司机导游。携程计划在春节前期推出城市周边主题旅游合集产品，主打“租车+精选酒店+户外活动”。

飞猪上线了“团圆节”，提供多种“就地过年”产品，并以“一站式”服务为主。比如，酒店+滑雪票+晚餐度假套餐产品。不仅如此，为了让有出行需求的银发族享受便捷服务，飞猪还推出了“小棉袄安全课堂”，对银发族预约本地景区、



一家三口在通过视频给家人拜年 图虫创意供图

湖南旅企拓宽思路破困局

□ 解世豪 本报记者 高慧

想方设法降低疫情影响，创新谋变保证活下来是旅行社企业共同的任务。去年，湖南多家旅行社拓宽思路，创新产品，在周边游、短线游、研学游等细分市场上下功夫，借助线上平台加强营销，一些企业的营收情况逐渐好转。

据湖南虹桥国际旅行社有限公司董事长袁宝杰介绍，受新冠肺炎疫情影响，游客需求向自由度更高的小型团队方向转变，精致小团、定制团成为主流。“去年，我们在这两个方向的转型初步得到市场认可，但仍需进一步优化，路还很长。今年，我们一方面继续转型优化，一方面对标年度热点精准发力，加大红色旅游产品的开发力度，着力开发省内的红色旅游资源。”

进入冬季以后，张家界中国铁路国际旅行社推出的东北三省私人定制团市场反馈不错。该线路以奔驰商务车、别克商务车为主要交通工具，游客控制在6人以内，因其灵活性强、可以根据客人的需求设计组合，吸引了一部分高端客人的关注。

据该社总经理杨玉平介绍，去年，

该社累计接待本地游客省内游5000人次左右，产品以周末短线和家庭自驾游为主，红色旅游及自然风光类产品比较受欢迎。2021年，该社将以网上预约为主打销售模式，着力推动乡村旅游、红色旅游、周边游、家庭自驾游、小型团队游等细分市场。在线路方面，摒弃有购物环节的产品，主推“自然风光+红色旅游”高端自由行产品。同时，加大员工培训力度，提高服务技能及服务水平，着重加强包括防疫知识在内的旅游安全教育。

去年下半年，湖南一些旅行社集中推出了一批研学游、红色旅游、康养、露营等新产品，希望激发出游欲望，推动文化和旅游行业复苏。

这其中，专注研学旅游的湖南世纪明德国际旅行社（以下简称“世纪明德”）的做法比较有代表性。

“去年虽然遭遇疫情，但公司不但没有裁员，反而创造了新的就业岗位，不但没有亏损，还实现盈利。”世纪明德董事长黎明说。

据了解，去年2月—5月，世纪明德的线下研学业务基本处于停滞状态。但是，世纪明德另辟蹊径，于2月在线上复工，启动线上课程开发工作，重点

拓展线上培训、线上教育等业务，建立了“明德e学堂”微课网站，发布了《特级教师带你逛博物馆》《三十六计》等线上课程，鼓励学生们开展线上研学。

下半年，世纪明德抓住国内市场复苏的机遇，启动线下研学课程，通过线上线下并行的策略，借助上半年微课程开发积累的良好声誉和经验，推出更多线下短途研学游产品，终于实现扭亏为盈。

而黎明所说的“新的就业岗位”，是网络前端开发的JAVA工程师，后期的推广专员和C端销售专员等微课程开发、推广职位。去年，世纪明德在保证传统的教研员、路线设计、运营等岗位正常招聘的同时，吸收了更多具备线上课程开发、推广经验的人才，从硬件和软件两方面为微课程开发保驾护航。

遗失声明

辽宁省 于学洋 导游资格证遗失；
资格证号：DZG2012LN010912
中国康辉旅游集团有限公司 康英章 出境旅游组团社签证专办员卡遗失；
证件编号：16051645
中国康辉旅游集团有限公司 余辉 出

境旅游组团社签证专办员卡遗失；

证件编号：16071724
中国康辉旅游集团有限公司 何川 出境旅游组团社签证专办员卡遗失；
证件编号：16071723

声明作废

“感恩腊八·文化雁塔”送温暖活动开启

“东来十万客，天街万家和。一碗凉宵粥，品味长远久。”1月20日，由西安市雁塔区委人才办、区委宣传部、区委文明办、区文化和旅游体育局、电子城街道主办，雁塔区文联、区文化馆承办的“感恩腊八·文化雁塔”线上直播活动正式开启，为广大网友奉上了一道丰盛的节日文化大餐。两小时的直播吸引了众多网友参与互动和留言。

雁塔区文化和旅游形象大使韦玮通过网络直播为全国人民送上了腊八节和新春的祝福，并表示春节临近，人员流动逐渐增多，雁塔区各文旅单位和旅游景区将严格遵守西安

市新冠肺炎疫情防控工作要求，全力做好疫情防控工作。

直播活动中，身着唐装的主持人向广大网友介绍了腊八节的传统习俗，现场熬制腊八粥，详细讲解腊八粥的做法，通过讲解腊八节习俗故事弘扬传统文化。为丰富直播内容，网红主播还向网友们介绍了“十四运会”、抗疫小妙招等相关内容，推介了雁塔区丰富的文旅体资源。还邀请了雁塔区书法家柏小民等人现场挥毫，为广大网友免费书写春联，送上新年祝福，邀请了关中秦腔脸谱、棉絮画、结绳香囊等非遗技艺传承人介绍非遗文化并现场表演非遗技艺。直播间还免费送

出腊八粥、春联、雁塔文创礼物等小礼品，吸引网友参与互动。

为营造传统节日文化氛围，发扬乐善好施的传统美德，致敬抗疫一线人员，当天下午，雁塔区工作人员带

