防疫情扩散 促旅游发展

“熔断”机制下，旅行社创新谋变迎挑战

上海：以变应变走新路

□ 本报特约记者 丁宁

8月17日、18日，上海旅游业者经历了一次与众不同的“压力”测试，先是上海市文化和旅游局发出了从即日起恢复经营跨省团队旅游及“机票+酒店”业务的通知，而后又因一例新增确诊病例叫停。前后30多个小时，上海旅行社业者历经“恢复”与“暂停”。其实，不仅上海，旅游“熔断”机制正在倒逼旅行社行业“以变应变”走新路。

令行禁止

据悉，在上海跨省组团游恢复的30多个小时内，春秋旅游预订人数恢复至7月的66%，营收恢复至52%，春秋旅游网的访问量当日环比提高65%。

上海跨省团队旅游及“机票+酒店”业务再次叫停后，上航旅游集团下属各业务分公司和子公司在第一时间内组织人员对有关团队进行延期、退订等处理。目前，已妥善处理原定于8、9月出团的所有订单。上航假期旅行社副总经理龚飞说：“跨省团队旅游再次叫停，我们流失了近200人次的单项+团队业务，营收损失达20多万元。”

上海中国青年旅行社损失较大。该社总经理钟欣说，近一个月来，因疫情反复，该社营收损失超过2000万元。跨省团队旅游再次叫停，意向中以及因错过黄金时段不得不取消立项的团队游，订单损失至少达到1000万元。

虽然如此，但接受采访的上海多家旅行社负责人均表示，“熔断”机制是防止旅游成为疫情传播渠道的必要举措，旅游企业必须扛起社会责任，做到令行禁止，在保护好游客合法权益的同时，设法减少损失，积蓄力量，变革图强。

创新产品

采访中，有业者表示，区域性的旅游“熔断”机制让整个旅行社行业面对更大的不确定性，倒逼企业创新发展。

龚飞说，旅游“熔断”机制从根本上颠覆了原有的旅游生产方式，组团模式、产品思路、操作方式、服务对象、流通渠道都随之发生变化，按原有模式设置的岗位、架构、结算方式、产品理念等也要随之转变。对企业来说，当务之急是寻找新出路，进行培训、调整和再造。“旅游‘熔断’机制，对传统旅行社而言，将是一次颠覆性的脱胎换骨。”

一位资深业者表示，这是一次加速市场洗牌的过程，旅游企业应该从“轻资产”向“实资产”转变。旅行社、酒店、景区乃至OTA企业都要思考怎样才能活下去，怎样在活下去的过程中积累新的成长力量、找到新的发展模式，而这取决于企业的自觉与能力。比如，旅行社要加强与旅游目的地景区、酒店的深度合作，围绕文化、康养等主题，通过互相交叉持股的方式，建立合作共赢关系，你中有我、我中有你，形成品牌后，再复制推广，扩大规模，形成品牌连锁，实现在成就别人的过程中成就自己。

春秋旅游副总经理周卫红说：“日子再艰难，我们始终保持信心和动力，为此，春秋人正在努力。”据了解，春秋紧扣“网红”消费热点创新产品，围绕“网红与旅游”“网红酒店”“网红餐饮”主题推出了三大系列、30多个本地旅游新产品，让上海市民游客“足不出沪、旅游一样精彩”。

“上海青旅和大多数旅行社一样，立足于自救、着眼于存续，侧重域内的、短时的‘酒店+景点’类旅游产品的开发和推介，近期还将推出‘酒店+景点+(文化)内容’产品。”钟欣说。

从8月19日起，携程推出为期一个月的“919旅行囤货划算节”。“囤货节”期间，携程将联合近百家商户共同推出涵盖酒店、美食、度假等内容的“预售产品”。全场旅游产品五折起，每晚将推出“好货情报局”直播、省钱卡等玩法，协助用户“囤”到超值旅行产品。

以安全系数高的品牌酒店，搭配周边门票或本地生活资源，驴妈妈推出了超高性价比的周边游套餐产品。车程在40—90分钟内的郊区及城市周边度假村也是其开发重点。在产品方面，驴妈妈以小包团、私享团为主，针对家庭、亲友包团，进行小而精的定制游服务，满足游客的个性化需求。

精准施策

采访中，业者积极评价政府有关部门给予旅行社行业的扶持政策，并期待各方共同努力，给旅行社行业创造更大的发展空间。

钟欣希望，有关政府部门再出台一些针对性较强的“救济”措施，包括与相关产业链上的航空公司、酒店民宿、景点，以及行业协会、消费者保护机构的联动，准确界定因“熔断”造成的直接与间接损失，大家分担“安全”责任；营造正确舆论环境，引导旅游消费者合法维权，理性对待因“熔断”而不得不取消旅游行程时产生的各种损失。

上海长宁区民营企业协会会长、上海一起游文化旅游(集团)有限公司创始人邵大雷呼吁保险企业开发新险种，就“熔断”机制带来的不确定因素，为旅行社企业撑起“风险保护伞”，帮助旅行社和游客减少损失。

春秋旅游建议，旅游者须持有完整的接种证明，以此来降低传播风险；进一步优化“熔断”机制，精准到地级市，并参照民航“熔断”机制，强调旅游企业的主体责任，将惩罚措施与旅游企业关联，以达到有效促进基层防疫的效果。

暑期，深度体验类产品很受欢迎。图为小游客打卡上海长风海洋世界“东方小飞人”夜宿活动 东方航空供图

海南：“种草”引流新玩法

□ 王赵洵

8月19日，海南宣布恢复开放跨省团队旅游及“机票+酒店”业务。海南各大旅行社和OTA平台随即推出了实惠丰富的旅游套餐及活动，吸引市民游客，希望在即将到来的中秋和国庆假日打一个漂亮的翻身仗。

“云”游海南也精彩

“云开雾散，我们海南见！”“请到海南健康游，豪享欢乐购！GO！GO！”……连日来，小红书、抖音、快手等新媒体平台以及去哪儿、美团、途牛等OTA平台几乎同时发布了与海南相关的宣传小视频及主题视觉图，引发众多关注。

在海口市旅行社协会秘书长、海南文华旅业集团总裁麦伟文看来，海南省旅游和文化广电体育厅及时发布恢复跨省旅游的通知，并配合各大媒体宣传新的旅游产品、优惠活动，力度很大、动作很快，让海南旅行社业者更有信心，值得点赞。

海南各旅行社以及多家OTA平台表示，虽然海南一度暂停跨省团队游业务和“机票＋酒店”业务，但对海南旅游目的地的宣传推广从未停过。“业者借助各自的资源优势和渠道优势，通过全方位通达、多触点曝光，多措并举宣传海南旅游。”有业者表示。

“疫情对于旅行社的线下营销渠道影响很大，目前，我们基本采取线上营销方式。这次‘暂停’让很多业者重新审视企业的品牌打造，必须有品牌，才好直接服务C端客户。”这两天，海南旅品惠国际旅行社总经理张惟惟正在准备新品直播。“疫情防控常态化下，我们深刻地意识到不能再仅仅盯着组团地接这个传统板块了，必须真正发挥‘旅游+’的内涵，将资源优化整合做到极致，才能找到新出路。”

季节促销花样多

秋冬季一直是海南旅行社瞄准的重点市场。“眼下，我们不但推出了多项暑期季末促销活动，更积极谋划部署秋冬季旅游市场，提前‘造势’。”采访中，多家旅行社、OTA平台表示。

据了解，随着周边游常态化，携程的海南门票业务板块计划围绕海南周边游市场，以亲子人群及年轻群体为目标客群，开展景区门票预售营销活动，以短途周边游带动海南旅游市场的有序复苏。

去哪儿在“暑期嗨玩季”季末大促中，针对亲子游、年轻人、家庭游等三类群体，精准推荐海南优惠优质产品，以尾单错峰价吸引用户下单。同时推出“放暑价1块嗨一夏”爆款好券，通过用户分享商品助力砍价，可获得大额爆款好券，如1元有机会购买海航自由飞产品、99元有机会购三亚亚特兰蒂斯酒店水世界2436元度假券等。

美团相关负责人表示，将专门推出海南专场美团一千零一夜旅行直播项目，利用美团自身资源，帮助商家聚流量、扩声量、冲销量。同时提供疫情专享“0”元坑位权益，通过预售模式，提前锁定用户需求，助力旅游消费市场复苏。

飞猪大力开展产品营销，如，推出飞猪开荒记——发现海南小众新奇玩法，通过新玩法来“种草”引流；结合海南秋季出行特色，通过“开荒侠”主播“发现海南小众线路”“创造热门景点跨界玩”“解锁海南酒店隐藏技能”等。在飞猪目的地POI(小众目的地)页面宣传推荐海南旅游的同时，进行全网分发，提升海南热度，让用户更多“遇见海南”，并结合“飞猪超级榜单”打造“海南双11旅行尖叫榜”。

“自由小包”成主流

“预计9月中旬以后市场会逐步复苏。其实，每到9月，海南的旅行社都会对产品进行调整。疫情以来，大规模跟团游产品逐渐走下坡路，私人定制小包团类产品销量有所提高。从大而全到小而精的旅游模式已经成为主流。”麦伟文说。

海南康泰旅游股份有限公司国内地接中心总经理厍雨廷认同这一说法。“疫情防控常态化下，行业想要自救，就必须改变传统的思维方式，用实际行动改造和宣传新旅行方式与体验。康泰着重打造高端客群沉浸式旅行新体验，将原来30人的大团调整为10—20人的精品小团或一单一团等，细分客群，策划主题游、研学游、康养游及康养旅居游等产品，在保障出游安全的前提下，提升整体满意度和体验度。除了传统OTA及线下渠道，抖音短视频等平台实现企业品牌自播，并开展异业合作，更好地链接精准客群，实现服务与体验输出。”厍雨廷说。

五指山漂流两日游、白沙罗帅雨林+采茶两日游、乐东尖峰岭两日游……旅品惠国旅主打的“旅游让生活更精彩——周边嘉年华自由出行”系列产品一推出，就受到市场欢迎。张惟惟表示，疫情也在改变游客的消费行为及习惯，这些强调户外健康的短途游套餐产品契合了这一市场需求。

图虫创意供图

山东：研发新品谋自救

□ 边锋 李强

8月19日，山东省文化和旅游厅发布《关于我省旅行社及在线旅游企业恢复跨省团队旅游及“机票+酒店”经营业务的通知》。消息传出，山东旅行社业者备受鼓舞，积极自救。

自救之一是研发新品。

“得到恢复跨省团队旅游的消息后，我们第一时间告知会员，并针对不同人群，推出了省内短线游、跨省精品游、夕阳红老年专列游等一系列产品，避开疫情中高风险地区，确保游客出游安全。”东营市金桥国际旅行社副总经理亓星亮说。

“遵循预售、错峰、限量、迷你、定制等特点，我们发布了‘秋摄喀纳斯’‘胃在重庆’2—8人私家团等跨省游线路，以及去旅居—阿亮带你看民宿、‘爱的味道’中秋美食养生私家游等省内游线路。”山东旅游有限公司总经理曲磊说。

“目前，我们主推淄博红叶柿岩一日游，竹泉村、天蒙山2日游，临沂、济南、青岛、威海3日游等省内线路。”东营市江川国际旅行社王春霞表示，疫情以来，该社通过微信群调查等方式了解客人需求，并根据客户出游意愿研发定制游线路。

开发省内游线路，枣庄康辉旅行社看好自驾游市场。“我们为自驾车游客提供诸如订房、门票等单项服务，同时还策划推出了‘齐鲁天路’等组团自驾游活动，获得自驾车游客的一致好评。”枣庄康辉国际旅行社董事长伊君说。

关注景区新动态，并结合旅游目的地的民俗风情、特色美食，金桥国旅策划推出了一系列网红线路。“将以往的多景点跟团游览变为短线深度体验游，丰富客人的旅行体验。”亓星亮说。

自救之二是积极求变。

为防止疫情扩散蔓延，跨省游“熔断”机制将成为常态。眼下，山东多家旅行社已经做出调整。

“根据游客重安全、重体验、重场景化的特点，我们推出了很多MINI团、私家团、个性化精致小团，在未来一段时间，这类产品都将是企业研发的重点。同时，我们提供24小时线上专家问诊等高端服务，确保出游安全舒心。”曲磊表示。

山东国信国际旅行社董事长张晓国表示，疫情常态化下，该社一直在调整产品和服务。“此次恢复跨省游，在目的地方面，我们选择开放式、不易出现人流拥堵，并且符合疫情防控要求的目的地；在组织形式上，以小型化、家庭游等为主；在服务上，确保团队接待的每一环节都严把疫情防控关。”

为减轻疫情带来的不利影响、保持团队稳定，国信国际旅行社还尝试在云游山东直播、旅游单项预订服务、电商等方面进行创新。“我们希望将导游、计调几十年来积累的经验运用到营销策划、运营管理上，寻求新的突破和发展空间，目前已经有几个项目在运作中。”张晓国透露。

怎样让更多的从业人员留下来，也是亓星亮一直在思考的问题。“疫情防控常态化下，我们推出了订房、民宿、散客购票等业务，引导团队业务转型。同时，根据客户要求设计定制化的自由行，以此来保持团队的正常运转。”他说。

如何解决当下旅行社面对的困境？

采访中，多位旅行社负责人提到，希望有关部门出台政策，鼓励旅行社企业在合法合规的基础上，拓展经营范围。

旅游投诉典型案例解析

因疫情导致游客滞留，费用如何承担？

案由

游客高某随团赴武汉旅游，行程为今年7月30日至8月5日。8月4日，受局部疫情影响，高某收到武汉疾控中心的劝返通知，因无法订购当天返京机票，高某在当地滞留两天。在此期间，旅行社协助其退回原定机票，并重新购买返程机票。返程后，高某要求旅行社退还未实际发生费用，并分担其在武汉滞留期间发生的食宿费用、重新购买机票增加的费用，共计2000元。旅行社认为合同无法继续履行是由不可抗力所致，因此滞留期间发生的费用应由游客自行承担。双方无法达成一致，高某投诉至北京市旅行社服务质量监督管理所，要求旅行社承担退还部分团费，并承担滞留期间发生的费用。

北京市旅行社服务质量监督管理所分析认为，本案中旅游者已到达游览地，但因疫情原因滞留当地，属于不可抗力事件导致合同无法继续履行。旅游法第六十七条规定：“因不可抗力或者旅行社、履行辅助人已尽合理注意义务仍不能避免的事件，影响旅游行程的，按照下列情形处理：(一)合同不能继续履行的，旅行社和旅游者均可以解除合同。合同不能完全履行的，旅行社经向旅游者做出说明，可以在合理范围内变更合同；旅游者不同意变更的，可以解除合同。(二)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；合同变更的，因此增加的费用由旅游者承担，减少的费用退还旅游者。(三)危及旅游者人身、财产安全的，旅行社应当采取相应的安全措施，因此支出的费用，由旅行社与旅游者分担。(四)造成旅游者滞留的，旅行社应当采取相应的安置措施。因此增加的食宿费用，由旅游者承担；增加的返程费用，由旅行社与旅游者分担。”

经调解，双方达成和解，旅行社退还游客合同解除后未实际发生的费用，并补偿游客每人500元机票费用，滞留期间发生的食宿费用由游客自行承担。

建议

为进一步做好疫情防控，8月3日，文化和旅游部办公厅发布的《关于全面加强当前疫情防控工作的紧急通知》中强调：“组团社要密切关注旅游目的地疫情防控等级信息。当旅游目的地政府有关部门对旅游发出预警提示或将相关区域列为疫情中、高风险等级时，未出发的旅游团队必须立即取消或更改旅游行程；已经在当地的旅游团队，必须暂停在当地的旅游活动，配合做好相关疫情排查工作。”

为做好疫情防控，保障游客出游安全，在此建议广大游客：

一是遵守疫情防控措施，避免前往中高风险地区旅游。当旅游目的地政府有关部门对旅游发出预警提示或将相关区域列为疫情中高风险等级时，应及时变更行程。

二是注意做好个人防护。出游时，要密切关注各地疫情防控部门发布的疫情风险情况，主动配合测温、验码，戴口罩、勤洗手、不扎堆。在旅游景区入口、重要参观点等区域应避免聚集，自觉与其他游客保持一定距离。

三是积极协商，理性维权。当游客因为疫情影响变更旅游行程时，应当积极与旅行社沟通，依法、适度、合理地提出退款要求，维护自己的合法权益。

案例提供单位：北京市旅行社服务质量监督管理所

案例编制单位：文化和旅游部旅游质量监督管理所

(本栏目由文化和旅游部旅游质量监督管理所 中国旅游报合办)

遗失声明

黑龙江省 李立芃 导游资格证及IC卡遗失；
资格证号：DZG2003HLJ14015

声明作废

广西贵港查处两家违规经营旅行社

本报讯(孟萍)日前，广西壮族自治区贵港市文化广电体育和旅游局根据前期调查结果，发出两份行政处罚决定书，依法对存在违规经营的两家旅行社进行处罚，维护旅游市场秩序。

3月23日，贵港市文化市场综合行政执法支队、桂平市文化广电体育和旅游局执法人员依法对位于桂平市幸福街五金电子城小区的桂平市德辉创旅旅游开发有限公司进行检查。执法人员在对营业执照进行核对后，发现该营业执照的经营范围登记事项无开展旅行社业务相关内容。同时，该公司负责人李德朝未能提供旅行社业务经营许可证。随后，旅游执法部门对该公司进行了多次调查询问，制作调查笔录，保全相关证据。最终，贵港市文化广电体育和旅游局决定对桂平市德辉创旅旅游开发有限公司没收违法所得1800元，并处以罚款4000元。

3月24日，贵港市文化市场综合行政执法支队执法人员联合桂平市文化市场综合行政执法大队执法人员，对位于桂平市西山镇西山村的广西旅行佳旅游有限公司桂平营业部进行检查。执法人员现场检查了该营业部的营业执照办理情况和相关出游协议书，并现场对该营业部的负责人、合伙人进行调查询问。经过现场调查，发现该营业部在3月23日招徕11名游客参加“北京天津双飞6日游”，并交由广西旭鑫国际旅行社有限公司组团出游。执法人员现场调取了支付宝和微信转账收款记录截屏、收据、出游协议书等证据。

经调查发现，广西旭鑫国际旅行社有限公司未与旅游者签订旅游合同，违反了《中华人民共和国旅游法》第五十七条“旅行社组织和安排旅游活动，应当与旅游者订立合同”的规定。为此，贵港市文化广电体育和旅游局责令广西旭鑫国际旅行社有限公司对违法行为进行改正，同时对其处以2万元罚款。