

观察

广东和平国旅破产清算 对市场影响几何？

□ 陈熠璠

10月8日，国庆假期后的首个工作日，广东和平国际旅行社有限公司(以下简称“广东和平国旅”)发布公告宣布破产清算，消息传出引来市场一片唏嘘。相关信息显示，广东和平国旅前身是广州开发区开元国际旅行社，成立于1988年，迄今已有33年历史，是广州黄埔区的第一家旅行社。

广东和平国旅原本是广东传统旅行社中规模较大的一家，在2019年广东省旅游协会发布的省内旅行社百强排名中名列15位。是什么原因使它不得不走向破产清算的结局？它的倒闭会不会引发“多米诺骨牌”效应？面对疫情的冲击，传统旅行社路在何方？

疫情之下举步维艰

10月8日，广东和平国旅在公司内部发布公告称：“在旅游业较为困难的背景下，广东和平国旅艰难度日，业务开展举步维艰，目前还看不到困境重生的曙光。公司财务状况也日益恶化，连勉强维持日常经营都已困难。鉴于此，广东和平国旅股东会宣布对公司进行破产清算。”

据企查查显示，该公司主要经营出境旅游、入境旅游、国内旅游、国内国际机票、商务会议及奖励旅游等，是中国旅行社协会、广东旅行社行业协会及广州地区旅行社行业协会常务理事单位，也是中国和平旅游联盟理事单位。旗下拥有海外全资子公司——新西兰和平国际旅行社，还有广东和平国际旅行社有限公司各地分公司、广州市博文文化传播有限公司、广州市和平票务代理有限公司等企业。

据悉，广东和平国旅以出境游为主营业务，2020年新冠肺炎疫情发生后，出境游业务全面叫停，给企业带来了巨大影响。目前，广东和平国旅下属146家分支机构仅有十余家门店尚在营业状态。疫情发生后，该旅行社就一直处于官司缠身的状态，其间法人发生变更，创始人李元生接替了其子李勇，重新成为法人。

业内人士分析，小型旅行社通常柔韧性比较强，他们利用轻资产运营，在疫情袭来之时，还能选择冬眠或者躺平，但大型旅行社面对疫情却往往容易陷入困境，无法抽身。从目前来看，广东和平国旅的主要债务纠纷不在于内部，也不在于与游客之间的纠纷，而在于外部与其供应商之间，这与旅行社多年来经营业务形成的“三角债”有关。这可能是压死这家旅行社的“最后一根稻草”。

试图转型但未成功

据工商登记情况显示，2020年3月25日，广东和平国旅变更了经营范围。对比此前的经营范围，可以看出其为应对疫情增加了许多适合于疫情期间开展的经营项目，比如，海味干货零售、蛋类零售、水产品零售以及其他肉类零售(猪、牛、羊肉除外)等。

资深业内专家李志轩表示，这些以食品为主的经营项目，不仅可以弥补旅行社经营范围的短板，而且特别适合疫情期间的经营，广东和平国旅决策层去年对市场的认识还是敏锐的。

据了解，疫情防控常态化之后，广东和平国旅还曾积极参与到广东自驾游行业的发展中，试图突破困境，但最终还是事与愿违，没有找到有效途径。

李志轩表示，旅行社业务受到很多因素制约，比如，旅游淡季、突发事件发生等。如果旅行社通过这次疫情的锤炼，有针对性增加自己的经营范围，以传统业务为核心，跨界经营弥补短板，或可突围。广东和平国旅已经意识到了这点，但可能存在某些问题，最终没有实现转机。

他对广东和平国旅现在申报破产

表示惋惜，并为其支招，希望其再坚持坚持，等到明年的3月1日《中华人民共和国市场主体登记管理条例》正式施行时，申请歇业(最长三年)，渡过难关再重整旗鼓。

业内人士表示，广东和平国旅的破产清算，并没有在广东旅行社行业掀起巨大波澜。事实上，对该社走到这一步，同行早已有了心理准备。无论如何，活下去才是硬道理。旅行社不能坐以待毙，要谋定而后动，找准方向转型。

更多同行创新谋发展

“今年零星疫情不时爆发，整个行业都处在非常艰难的状态。”业内人士感慨道：“虽然旅游属于朝阳产业，但传统旅行社步履维艰，只能不断突破思维限制，走出新的发展方向。”

事实上，广东的旅行社都在努力尝试转型。广州广之旅国际旅行社是广东旅行社行业龙头老大，疫情发生以来，该公司也一直处于困境中。仅从去年岭南集团控股股份有限公司公布的年报看，广之旅2020年营业收入为11.9亿元，比2019年同期下降82.76%，亏损1.55亿元，从如日中天到惨遭腰斩，只隔着一个疫情的距离。

但广之旅没有气馁，反而逆势出击，通过并购上海、西安、山西等国内旅游目的地地接社，成为资本并购表现最为活跃的旅行社之一。这是广之旅看好国内旅游长期市场，布局地接市场做出的调整。在产品方面，该社深耕本地市场，推出了“走进广州”系列线路，由精通广州城市故事、发展历史的金牌导游，带着游客通过步行或乘坐公共交通工具的低碳方式，边行、边游、边听广州典故。

广东省旅游控股集团旗下的广东省中国青年旅行社也推出了“城市微度假”品牌系列产品，发力本地游市场。去年8月10日跨省游恢复后，广东青旅在一个多月的时间内，就陆续

接待了6批、2000多人次的旅游团队。该公司负责人表示，将继续深度挖掘广州的优质旅游资源，提升旅游产品品质，务求为到穗游客提供更专业、更贴心的服务。

而广东省中国旅行社则在专业领域深挖，推出了“粤里红”品牌产品，深挖红色旅游资源，搭建了红色培训中心平台，与当地的党校、党史专家合作，共同开发培训课程，为企事业单位的党建做好服务保障，在转变经营思路上取得突破。

广州地区旅行社行业协会秘书长辜明德表示，“走进广州”“精讲广州”这类的系列旅游产品会越来越多。随着交通的便利、信息交流的通达，旅行社的组团功能会逐渐被弱化，地接功能会显示出其独特优势，因此突破组团概念，提高地接水平是旅行社转型突破的重要方向。不可否认，在旅行过程中旅行社服务优势是存在的，它可以减少游客许多不必要的麻烦。如何在面对新的发展机遇时，将服务优势发挥得让客人感到更贴心，考验着每一个旅行社人的智慧。

此外，突破行业的界限，利用自身优势，跨行业经营，也是旅行社转型的重要方向。广之旅整合全球生活好物、国内特色农副产品，优化在地旅游资源，搭建起“易起购”本地生活频道，快速集成九大品类、上千款周边产品，发力旅游新零售。广东中旅搭建了“东悦游”平台，线上与线下结合、直营与加盟结合、旅游与生活结合、OTA与社群裂变营销结合，打造“旅游+生活”数字化平台系统。2020年，东悦游平台销售额突破2800万元，直播带货销售额2500万元。

业内人士表示，疫情给每一个旅行社都提出了一道难题，解题的方法有很多，结果则恰似一番大浪淘沙，优胜劣汰，不能坐以待毙，唯有突破创新方为胜者之道。

OTA角逐秋冬市场

□ 本报首席记者王玮

国庆假期，年轻消费群体的消费特征十分鲜明，挑战性、体验感好的旅行方式成为00后首选，90后出行围绕宅酒店、微度假展开，80后则以自驾“遛娃”为主。眼下，不少OTA業者正在思考，如何根据国庆假期新动向，布局秋冬旅游市场。

盘点假日情况

翻看各OTA发布的国庆假期市场盘点报告不难发现新的市场趋势。对于業者来说，这正是开发秋冬旅游市场的参考。

“站在产品视角，优质的文化和旅游产品依然是支撑旅游消费高质量增长的动力。从流量的角度看，‘网红’概念正在改变着景区的消费格局，尤其是对于年轻客群而言，‘打卡’的意义在于社交而不是观光本身；从市场的角度看，本地化消费的快速崛起正在重塑一些城市的旅游产业链布局，国庆假期中心城市爆发出来的文旅消费势能很大程度上源于本地消费的支撑。”同程研究院首席研究员程超功分析道。

飞猪方面发现，近郊度假让沉浸式酒店度假成为旅游新时尚，尤其是带有温泉、水乐园、亲子玩乐体验及特色餐饮的酒店颇受欢迎。

在途牛相关负责人看来，作为国庆假期出游主力军的中青年客群，尤为注重出游主题、线路和玩法的创新。在出游主题方面，国庆假期中，主题乐园游、海岛游、西北西南探秘游、乡村赏秋之旅、寻访古镇之旅、红色文化之旅等备受关注。因此，加入特色地域元素，可以提升旅游目的地的吸引力。

“国庆假期，精品小团、私享团，特别是一家一团产品特别受欢迎。”驴妈妈旅游网CEO邹庆龄说。此外，今年国庆假期主题乐园热也带动了“主题乐园+产品”，如上海迪士尼、北京环球影城、长隆度假区、融创文旅度假区的精选优质“景+酒”产品非常受欢迎。眼下，驴妈妈正在进一步拓展相关产品的范围和内容。

精耕秋冬市场

面对已经到来的秋冬旅游市场，OTA纷纷开始实施他们的拓展计划。“国庆期间，飞猪租车订单量增长超150%。飞猪正在联合有关商家，推出新产品，满足疫情防控常态化下的安全出游需求。”飞猪相关负责人表示。

国庆假期，同程旅行平台上最大的消费亮点是本地化及周边市场上的良好表现，这将是秋冬旅游市场的重要机遇。由此，同程旅行决定，投放更多面向本地游客的产品。其相关负责人表示，他们将继续以近郊微度假作为切入点，与旅游目的地合作，丰富“48小时”营销活动内容，并结合深受年轻人喜爱的旅行盲盒形式，让更

多游客有兴趣“解锁”周边游市场。“国庆假期‘牛人专线’高品质跟团游体验项目吸引了大量游客。”途牛方面在观察到定制游市场占比逐步增加后，面对秋冬市场，他们在海南目的地增加了适合20人以内团队的定制游线路，游客可以在景点、住宿上做定制化调整。“我们将继续开发亲子私家团，确保秋冬产品线路的各项服务标准更贴近于家庭。比如，增加很多活动类的产品，让孩子捞螃蟹、割稻子、体验山野田园露营会等。”途牛相关负责人表示。

邹庆龄说，围绕赏秋之旅、秋季美食、温泉及滑雪等主题，驴妈妈加大了产品供给力度，推出了以“年假清零”为主题的长线游产品。同时，驴妈妈还会集中推出优惠让利活动，降低游客的出行成本。

积极应对风险

今年以来，我国出现多点散发疫情，国内旅游市场存在着诸多不确定性，如何面对未来旅游市场的机遇与风险？

程超功认为，面对常态化疫情防控下的旅游市场，企业需要结合当前的消费新趋势及时调整策略，以文旅大消费的理念重新思考自己的产品策略、市场策略。

“未来，我们将继续开发长团期、可二次预约的产品。”针对市场存在的不确定性，途牛选择推出出游周期更灵活的产品。途牛相关负责人介绍，接下来，途牛直播间会提供大量适合“囤货”的高质量旅游产品，用户抢购成功后可根据实际出游时间确定具体团期，并通过“不约可退”“过期自动退”等保障措施，让用户安心消费。

以市场化的思维加大创新型产品的开发力度，或许能更好地抓住市场机遇。近来，驴妈妈在乡村旅游等方面加大布局。例如，与江西景德镇高岭·中国村合作，打造特色度假产品；与浙江衢州农民画村余东村合作，开发以农民画为特色的乡村旅游度假产品。同时，布局乡村旅游商品文创开发市场。

借助科技手段做好疫情防控工作，保障游客安心出游，这是疫情发生以来很多OTA一直在做的。飞猪相关负责人表示，旅游行业的数字化防疫措施正在逐步成熟。比如，为了减少游客进入景区时的排队等候时间，飞猪推出了“安心游”项目，将游客的健康码、行程码、景区入园码集成在手机的同一屏中，游客通过“一键扫描”便能快速进入景区。同时，飞猪还上线了健康码前置检验功能。游客要去某个景区游玩时，可以打开飞猪App提前预约，预约时就可以校验健康码。

多家OTA相关负责人表示，目前疫情仍有出现波动的风险，一旦出现情况，他们将立刻配合有关部门，启动游客保障应急预案，从从严从紧、从细从实抓好疫情防控工作。

旅游投诉典型案例解析

因疫情无法出行 变更行程可止损

案由

北京游客张某于今年7月上旬跟团参加张家界5日游，行程日期为7月31日至8月4日。因7月下旬张家界出现新冠肺炎疫情病例，部分地区为高风险地区，张某于7月30日向旅行社提出退团，要求旅行社退还全部旅游费用。旅行社认为，游客未能出行是因不可抗力导致的，旅行社需扣除已实际发生且不可退还的费用。张某认为不是自身原因解除合同，故不同意扣除款项。张某投诉至北京市旅行社服务质量监督管理所，要求旅行社全额退款。

北京市旅行社服务质量监督管理所工作人员分析认为，本案目的地为高风险地区，旅行社不得组团前往，游客取消行程属于因不可抗力原因解除合同。根据旅游法第六十七条：“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……”结合本案，旅行社表示酒店、汽车公司、餐款项可以在一年内延期使用，若游客要求退团退费，则要扣除30%的款项作为实际损失。经调解，双方达成和解，游客可在未来一年内选择同线路出游，旅行社不再另行收取费用。

提示

近期，全国多地出现局部聚集性疫

情和零星散发病例，受此影响，许多旅游行程被取消或变更，涉疫退团退费、行程变更等旅游投诉纠纷均有所增加。因不可抗力导致游客无法出游，旅行社与游客可以选择变更合同的方式，减少双方的损失。在此提醒广大游客：

一、因不可抗力原因无法出行，游客可考虑变更合同。游客可以改变出游日期或出游目的地，签署协议对原旅游合同做出书面补充与修改，从而最大限度上减少双方的损失。

二、旅行社向游客做出说明，可以在合理范围内变更合同；游客不同意变更的，可以解除合同。若解除合同，旅行社应扣除已实际发生且不可退还的费用后，将剩余款项退还游客。

三、变更行程时旅行社不得有更多附加限制条件，游客可自由选择变更后的行程线路。游客选择旅游线路与其他参团游客具有同等权利。游客变更合同的，因此增加的费用由游

承担，减少的费用需退还游客。

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)

本报常年法律顾问：北京市岳成律师事务所
地址：www.yuecheng.com
电话：010-84417799
微信：beijingyuecheng
地址：北京市东三环北路2号天元港中心A座7层

遗失声明
内蒙古 董文剑 电子导游证识别卡丢失；识别卡号：BVJ36955
声明作废



游客在内蒙古兴安盟科尔沁右翼中旗翰嘎利——五角枫旅游景区赏秋、拍照。
本报记者 陈晨 摄

2021全国旅游景区高质量发展(金石滩)培训班火热报名中

“全国旅游景区高质量发展培训班”是中国旅游报社策划组织，面向全国各级文化和旅游行政部门、旅游景区、旅游度假区以及旅游企业集团的全国性专业培训项目。

为更好地总结、交流全国旅游景区高质量发展，2021年10月27日至30日，由大连市文化和旅游局指导，中国旅游报社主办，大连金石滩国家旅游度假区管委会、大连金石滩旅游集团有限公司协办，大地风景文旅集团支持，世界旅游城市联合会媒体分会、官方网站：中国旅游新闻网

国旅游从业者搭建一个学习提升、广泛交流与合作的平台。有关事项如下：

- 一、组织机构
指导单位：大连市文化和旅游局
主办单位：中国旅游报社
承办单位：大连金石滩国家旅游度假区管委会、大连金石滩旅游集团有限公司
- 二、培训时间
2021年10月27日至30日
- 三、培训地点
大连金石滩国家旅游度假区鲁能希尔顿度假酒店
- 四、培训形式
1. 资深专家专题授课
2. 知名景区介绍经验
3. 专家学者互动交流
4. 专业教材理论指导

5. 创建经验实地学习
五、招生对象
各旅游景区和旅游度假区有关负责人、各地文化和旅游(局)有关负责人及文化和旅游企事业单位有关代表等。

六、培训班安排
10月27日下午：报到
10月28日上午：2021全国旅游景区高质量发展(金石滩)培训班开班仪式、专家授课
10月28日下午：专家授课、交流发言
10月29日上午：专家授课
10月29日下午：实地学习
10月30日：返程

七、承办地简介和实地学习线路
大连金石滩国家旅游度假区是1992年国务院批准设立的综合型旅游度假区，是国家级风景名胜区、国家5A级旅游景区、国家生态旅游示范区、滨海国家地质公园。辖区总面积70.34平

方公里，海岸线长35公里，常住人口7.2万人。

金石滩拥有国家地质公园、十里黄金海岸等得天独厚的地理条件和资源优势，以发展高端旅游服务业为主导产业。十里黄金海岸，沙滩平缓，是中国十大健康型海水浴场之一。东部滨海国家地质公园、金石园，凝聚了震旦纪、寒武纪的地质奇观，被称为“凝固的地球世界”“天然地质博物馆”。其中，干裂构造岩石——龟背石，是世界上现存的两块中块体巨大、保留完整、断面结构清晰清晰的沉积岩标本，规模巨大，被誉为“天下第一奇石”。

目前，当地旅游基础设施及服务配套日趋完善，已建成发现王国主题公园、金石文化博览广场、狩猎场、希尔顿酒店、硬石酒店、汤泉温泉等20多个文旅项目，拥有鲁迅美术学院、大连民族大学、大连枫叶国际学校、大连美国国际学校等10余所院校，每年承办大连国际沙滩文化节、国际冬泳节、国际

马拉松大赛等多项节庆活动和体育赛事，是我国具有较高知名度的旅游目的地。

2019年，金石滩度假区获得中国十大适游景区和十大热门景区、“中国国家旅游最佳休闲旅游目的地”和“中国旅游影响力年度文化景区”荣誉。2020年，被中国旅游景区协会评为“全国抗击疫情突出贡献景区”，并入选“中国旅游产业影响力案例”，获得“2020年度中国旅游影响力品牌案例奖”。

未来，金石滩国家旅游度假区将以“高起点定位、高标准规划、高质量发展”为遵循，以“创新、特色、精品”为引领，以“品质、品位、品牌”为追求，以“风情、浪漫、活力”为特质，以“旅游+度假、文化、体育、康养、研学、婚庆”为主导，坚持生态优先、文旅融合、转型发展，以龙头之势带动大连旅游业高质量发展，全力打造世界级滨海旅游度假胜地和唯美浪漫的爱情胜地。
实地学习线路：大连滨海国家地质

公园——十里黄金海岸——金石文化博览广场EX未来科技馆——地球之光科普体验馆——生命奥秘博物馆

八、报名方式
参加代表请登录中国旅游新闻网(www.ctnews.com.cn)下载报名表并于2021年10月20日前将报名表和汇款凭证发至 baoshehuodong@163.com。会务组将安排有关接待。

报名热线：010-85168197
010-85168189



扫描上方二维码下载报名表
中国旅游报社
2021年10月