

深耕产品 细化服务

旅行社服务老年客群显优势

□ 本报记者 张宇

近期,国内多点多地暴发疫情。因曾滞留大量老年游客,内蒙古额济纳尤为引人关注。而在应对此次疫情的过程中,导游与旅行社提供的管家式服务成为一个亮点。疫情防控常态化阶段,老年客群的出游习惯有哪些变化?旅行社如何更好地抓住这一群体?如何在突发状况下,为老年客群服务好,彰显自己的核心价值?日前,中国旅游报记者进行了采访。

出行次数多 消费有提升

民政部最新公布的预测数据显示,到“十四五”期末,我国60岁以上老年人口规模将达到3亿人。

“毫无疑问,老年旅游市场潜力巨大,尤其是康养旅游。”驴妈妈旅游网CEO邹庆龄表示,近年来,银发族出游人次增长很快,随着老年客群对出游品质的要求越来越高,老年网红目的地和玩法也越来越受欢迎。

“银发族在消费习惯和消费理念方面发生了一些变化,例如更加重视生活质量尤其是健康,更愿意在旅游度假方面花钱。”同程研究院首席研究员程超功表示。

来自OTA的预订数据证实了这一观点。携程数据显示,近几年,在旅行花费上,以50后、60后为代表的老年群体显示了强劲的消费能力。尤其是近半年来,50后、60后人均花费同比增长了35%,增幅超过了90后、00后。60周岁及以上用户定制游订单量同比上涨47%,私家团订单量同比上涨161%。

老年游客不再与“低价”绑定,而是更青睐中高端的旅游方式。“高端、轻奢、优质跟团行等关键词将成为银发市场的主流。调研显示,接近50%的老年游客每年出行次数超过3次,相比压力较大的中青年客群,有钱有闲的老年市场不可小觑。”奇创旅游集团综合开发事业部助理总经理卜路表示。

“中老年游客错峰出行,一年多出游的比例较高。现在,越来越多的老年人能够自由地在网端咨询和预订产品。疫情防控常态化改变了他们的出游习惯,在长线游方面,老年客群多以小规模亲友组团为主,定制游、私家团的占比明显提高,这部分客源主要来自北京、上海、江苏、广东等地。”途牛旅游相关负责人表示。

需求更多元 产品更细化

针对老年群体的诸多变化,旅游

企业迅速在产品上做出调整。

“老年群体多选择度假休闲、民俗体验、历史重温等方面的产品,这就要求旅游企业建立更细化的产品体系。”中旅旅行相关负责人表示。

该负责人介绍,中旅旅行陆续推出多款主题游产品,如禅修养生产品、康养旅居产品、特色京郊游和周边游等短途自驾产品。“我们与河北涞源华中康养小镇、固安来康郡、北京大隐于市民宿、广西巴马长寿村等合作,推出了‘慢康养’‘悦享时光’‘漫时光’等康养旅居主题产品。”

针对50岁以上人群,途牛旅游推出了自营跟团游产品,在零购物纯玩团的基础上,一价全包,并且配备管家服务。“提供高餐标、高品质住宿,针对独自出游的老年人不收取单房差。团队人数控制在20人以内,配备目的地‘导游+随团管家’双人服务,导游提供专业讲解和基础服务,管家做好随团服务和客户关怀。行前,管家会提供接送机,协助值机选座、行李托运等服务;行中,负责血压监测,提供热水、协助拍照摄像等。同时,向游客家属实时汇报老人的状态,负责处理紧急情况。”途牛旅游相关负责人表示,从用户的反馈来看,此类产品的平均满意度超过95%。

品质、舒适、省心是老年旅游产品的关键点。为此,携程推出了“爸妈放心游”系列。“‘放心’体现在住宿、用餐、游玩三方面。住宿方面,随行人每天查房,了解酒店设施情况,保证客人休息质量;正餐以热食为主,并安排好用餐时间,避免打乱老年人定时用餐的习惯,且正餐时长至少1小时;在游览上,景点游览时间比常规团延长20%,留足拍照、活动时间。”携程相关负责人表示。

2020年,驴妈妈平台推出了私家团、精品小团、一单一团。其中,驴途定制产品很受老年人欢迎。此外,在上海、北京、广州、成都等城市一日微旅行、打卡系列产品中,植入部分网红景点,也很受他们欢迎。“社交属性对于老年人来说非常重要,他们对于新潮、网红事物的接受度也与日俱增。”驴妈妈平台相关负责人表示。

“相对来说,老年人自助游的能力较弱,对旅行社更依赖,旅行社更应充分考虑老年游客的消费需求变化,打造更适合老年人的产品,为老年人的出游打造系统性的解决方案,并提升服务质量。”程超功说。

疫情不确定 组团有优势

应对额济纳突发疫情,旅行社和导游的表现可圈可点,得到了很多游客的认可。有业者认为,疫情防控常态化背景下,当遭遇突发情况,旅行社的服务优势得到凸显。

“团队游客还是比较幸福的,住宿、餐食都有旅行社和导游安排,生活用品和药品也有导游和旅行社帮忙购置。”宁夏导游叶榆宁是此次滞留额济纳的导游之一。他告诉记者,此次他带队的是上海老年摄影团,游客转移到包头隔离之后,地接社宁夏尊客国际旅行社给每位客人送去了慰问礼品,而且主动承担了从额济纳转移到包头的旅游大巴费用。

为了丰富游客滞留额济纳期间的的生活,叶榆宁和其他导游一起安排了很多项目。“早饭之后,我们会组织游客在走廊里做第九套广播体操,晚上会在群里跟大家分享当地的历史文化故事。我还邀请了高校教师线上讲解摄影技巧。”

叶榆宁和其背后旅行社的做法只是体现旅行社行业优势的一个缩影。采访中记者了解到,从协调酒店到安

抚游客、及时反馈信息、保障游客安全及生活物资供应等,旅行社和导游做了大量工作。用导游自己的话说,“游客是我们带出来的,我们就要对她们负责”。有困难找导游、有需求找导游,成为很多游客的共识。

据了解,在疫情防控方面,很多旅行社形成了比较成熟的疫情响应联动机制,这也成为疫情防控常态化下旅行社的优势之一。“一旦发生突发情况,联动机制就会立即启动,同步获取在途和待出订单,针对含熔断省市的待出线路,进行行程调整或者无损(途牛承担损失)退改。对于在途团队,则及时定位客人,联动供应商和地接社给予有效保障,包括调整后续行程,配合当地防疫部门要求上报、组织客人核酸检测、就地隔离,返程交通费用退订,协助客人选择新的交通工具及预订住宿等。”途牛相关负责人表示。

“其实,应对额济纳疫情,旅行社和导游的反应只是长时间形成的常规工作反应。正常状态下,旅行社的优势可能并不明显,但一旦遭遇突发状况,旅行社背后强大的资源及服务优势是难以替代的。”有业者表示。



前不久,北京世纪中润国际旅行社有限公司组织80余名老年游客参观故宫。旅行社供图

投入到筹措药品工作中,并向游客开通了咨询服务电话,采取“线上购药缴费、线下送药上门”全流程零接触服务模式,为滞留游客提供购药服务。

额济纳旗地处边远,医疗资源相对匮乏,对于在当地无法买到的药品,额济纳旗新冠肺炎疫情防控指挥部联系了酒泉、巴彦淖尔、呼和浩特、银川等地区寻找药源,努力解决稀缺药物需求。

导游和当地人员配合,为老年游客解了燃眉之急。

旅游投诉典型案例解析

案由

来自陕西省西安市的游客常某一行8人,于7月上旬跟团参加某旅行社组织的大连五日,行程日期为8月9日至13日,团费共计1.14万元。由于局地突发新冠疫情,常某不能继续行程,于7月30日向旅行社提出退团,要求旅行社退还全部费用。旅行社称,已为游客预订西安至大连的往返机票,如果退团需扣除310元/人的机票损失费用。常某查询航空公司官网得知,机票可以全额退款。故投诉至陕西省西安市文化市场综合执法支队,要求旅行社退还所扣机票费用。

陕西省西安市文化市场综合执法支队分析认为,游客因当地疫情防控政策无法出行,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,旅行社经向旅游者作出说明,可以在合理范围内变更合同;旅游者不

优秀导游风采

张群:跟优秀的人“切磋”技艺

□ 本报记者 张宇

从2012年到2019年,金牌导游张群蝉联三届四川省导游大赛冠军,还获得了第四届全国导游大赛的铜奖。因导游大赛入行,在导游大赛中成长。他说:“我就是不断地挑战自己,跟更多优秀的人同台竞技,每一次大赛对我来说都是一场提升能力的实训。”

不断挑战

2012年,酒店管理专业毕业的张群报名参加了当年举办的四川省导游大赛。

“第一次参加导游大赛是抱着学习的心态去的。”张群说,“之前在学校听过一位学姐的汇报演讲,她分享了自己参加导游大赛的经历和心得。当时我就决定一定要站到导游大赛的舞台上,跟更多优秀的人同台竞技。”

通过初赛复赛,张群顺利进入决赛,摘得冠军桂冠。“其实,我自己也没想到能拿冠军,比赛结束之后就有旅行社的负责人找到我,邀请我加入。虽然学的是酒店管理专业,但我一直想做导游,导游比赛帮我拿到了导游职业的人场券。”

此后的张群开始正式带团。“感谢导游大赛,让我能够近距离跟优秀的人‘切磋’技艺,立志做像他们那样优秀的导游。”

2016年,四川省再次举办导游大赛,陷入职业迷茫期的张群再次报名。“带了4年团,我觉得自己需要一些新东西,需要有一个机会检验自己,寻找努力的方向。”

“当时,很多人劝我,‘你已经拿过第一了,这一次如果失败了岂不是很丢人。’”张群说,“但我并不这么认为,4年过去了,大家都在进步,大赛就是一次检验,清楚自己所处的位置。”

2019年,张群第三次参加四川省导游大赛。“这次参赛目标很明确,就是拿第一,获得参加全国导游大赛的资格。”他说。

最终,张群如愿站在第四届全国导游大赛的舞台上。“比赛过程中,虽然有点小遗憾,但收获也很多,让我看到了自己的差距,有了更加明确的努力方向。”

以赛代训

张群说,他很喜欢比赛那种高负荷紧张的氛围。“就像在经历一场考试,想要拿到好成绩,就需要不断学习。每一次比赛都是一次鼓励,激励我突破瓶颈,寻找更多可能。”

“比如,2012年那次比赛,要求参赛导游用李白的诗现场接龙。赛前,我用一个星期的时间背熟了400多首李白的诗。”张群说,那次比赛将他带入诗词的世界。“后来,在带团过程中,我非常注重诗词歌赋方面的讲解,可以说那次比赛帮我打下了良好基础。”

“2012年的那场复赛,赛制要求所有导游创作并熟练讲述57个景点,现场抽到哪个景点,就要马上开始5分钟的讲解。”这个要求,对于才

刚毕业的张群来说,难度不小。“赛前,我一直在搜集资料、编写导游词、熟悉导游词。当攻克这道难关的时候才发现,自己的业务能力在不知不觉中提高了。”

“2019年那次比赛,比赛前三天,大赛组委会宣布将原来的24个专题拆解成54个小专题,并且要求参赛导游现场抽题,讲解3分钟。”张群举例说,原来的一个瓷器大专题,被拆分成宋瓷、辽瓷、青花瓷等多个小专题,对参赛者的要求更高了。那段时间,张群忙着查资料、背资料,吃饭在背、走路也在背,还要经常模拟现场讲解。

“每次大赛都有才艺展示环节,对于我这个没什么才艺的人来说,这也是个问题。我专门学习了川剧变脸和古琴,后来这两项技能逐渐融入我的生活,成为爱好。每次比赛都是一次难得的学习机会,收获很多。”他说。

拥抱变化

“疫情发生之后,我一直在思考,能不能将自己参加比赛的收获和工作10年的积累分享出去,让更多同行能够站上更广阔的舞台,感受这份职业的自豪感。”张群说。

2018年,张群金牌导游工作室正式成立。“很多导游工作三五年之后,就进入一个瓶颈期,很想突破,又却找不到途径。我很幸运,通过大赛实现了自我提升。所以,我们希望依托金牌导游工作室开展培训,希望能帮助更多导游。”张群说。

去年,张群导游工作室尝试从博物馆深度讲解方面进行培训,今年,工作室再次扩大培训范围。“我们打造的导游IP效果还不错,各大旅游平台纷纷找我们预约博物馆讲解,满意度很高。我们希望能让更多导游参与进来,参加工作室组织的培训,提升他们的讲解水平,让他们在疫情期间也能获得一份稳定的收入。”

“我在一线带团10年,金牌导游对我来说是荣誉也是责任。疫情防控常态化阶段,大家都需要拥抱变化,我也希望尽自己的力量,为导游行业做一些力所能及的事情。”



张群推介四川最美彩林旅游线路。张群供图

千里送药记

——随团导游配合额济纳旗解决滞留老年游客用药难题

□ 新华社记者张洪河 魏婧宇 王靖

前不久,9400余名游客因新冠肺炎疫情滞留在内蒙古自治区阿拉善盟额济纳旗,其中60岁以上的老年游客超过4400人。部分老年游客因滞留导致日常用药短缺,当地干部群众包括带团导游等不遗余力甚至跨越千里为老人们筹措药品,戈壁滩里频频上演“送药记”。

短短一周时间,河南导游王亚玺的情绪发生了180度大转弯。

滞留之初,她所带的老年团里38名老人白天黑夜给她打电话,让她帮忙寻找治疗高血压、心脏病等疾病的30余种药品。看到有些老人的药即将吃完,自己又联系不到药店,王亚玺急得直掉眼泪。

抱着试一试的想法,王亚玺拨通了额济纳旗文旅局的电话。电话那头的工作人员得知此事后,立刻联系蒙医医院、各大药店,用了两天时间,将老年团所需药品几乎全部配齐,第

一时间送到酒店。有两种药在当地买不到,又通过从河南调运和寻找替换药的方式,为老人解决了用药难题。

“我不知道谁给我们送的药,不知道他们的名字和长相,他们放下药就离开了。”王亚玺感动地说,“在最需要的时候,把最宝贵的药品及时送到我们身边,他们是最可爱的人。”

“救命药”从何而来?原来,新冠肺炎疫情发生后,额济纳旗组织卫健委、文旅局等单位共同

北京博雅方略文化旅游集团 北京博雅方略旅游景观规划设计院

深耕文旅二十载,以匠人之心,为政府、企业提供优质服务

- “十四五”文化旅游业发展规划
- 国家级旅游度假区创建
- 国家文化公园
- 乡村振兴
- 红色旅游
- 全域旅游
- 国土空间规划
- 康养旅游
- 研学旅行
- 文旅融合专项规划
- 风景名胜景区
- 景区提升与创A
- 旅游休闲街区
- 露营地
- 城市双修
- 田园综合体

北京博雅方略旅游景观规划设计院是北京博雅方略文化旅游集团的核心机构之一,具有国家认定的旅游规划设计甲级资质、城乡规划编制乙级资质、土地规划乙级资质等多项专业资质。是中国旅游协会休闲农业与乡村旅游分会会员单位、中国旅游景区协会景区红色旅游研究与发展中心会员单位、中国城镇化促进会民宿发展专业委员会副会长单位。

建院以来,完成了2000余个精品规划项目,其中完成省级、市级和县级全域旅游规划70余个,荣获“中国旅游知名品牌”,在业界享有良好的口碑,得到了客户及社会各界的认可和好评。

- NO.1 战略研究与产业规划
- NO.2 旅游规划与景区提升
- NO.3 国土空间规划
- NO.4 城市设计与城市更新
- NO.5 乡村振兴与村庄规划、特色小镇
- NO.6 运营管理

地址:北京西城区车公庄大街9号院五栋大楼A3座12层
官网: www.byf.com

服务热线: 010-82781426
联系电话: 15313838109



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)