

春节假期：周边热度高 冬奥氛围浓

□ 本报记者 张宇

随着春节假期临近，旅游市场将迎来一波出游小高潮。记者从多家旅游企业了解到，今年春节市场，本地游、周边游依然是主流，受冬奥会影响，冰雪节成热门。旅游企业推出了多样化的产品，市场供给十分丰富。

本地寻年味

携程数据显示，春节假期，近程本地游、近郊周边游产品预订火热。“截至1月20日，通过携程预订省内旅游度假产品的订单占比达65%，相较2019年春节增长明显。”携程研究院行业分析师方泽茜表示：“据了解，2022年全国36个大中城市就地过年人数比往年增加了4800多万。本地周边的娱乐、休闲度假配套服务以及多个旅游平台组织的营销活动，为游客提供了就地过年的好去处。”

“今年春节仍将有大量务工人员就地过年，京津冀、长三角、珠三角等城市群周边游人群显著增长，几个核心城市群将形成假日旅游消费热点，大文旅和大休闲是主流。”携程旅行相关负责人表示。

就整体而言，2022年春节旅游市场延续周边游热潮，热度不减的同时又出现了一些新变化。“用户的决策周期更短。由于周边游涉及的天数、交通、住宿、门票等要素相对较少，加之对目的地疫情的观望等因素，游客一改提前制订春节旅游计划的习惯，旅游预订时间或二次预订时间更为靠后。周边游主题更加丰富多元，除传统的古镇游、乡村游、海岛游以外，冰雪游、主题公园游、夜游纷纷跻身周边游热选。”途牛旅游相关负责人表示。

“疫情防控常态化推动本地游、周边游、短途自驾游发展，就地或就近跟团游逐渐呈现规模缩小、体验项目增多、旅游玩法创新、行程天数延长的特点，游客不出远门也能体验深度游的快乐。”途牛旅游相关负责人表示，数据显示，春节期间，26—45岁的游客占比最高，达70%以上，他们对于旅游产品普遍有个性化、高品质等需求。

从春节游客行程天数看，行程在1—3天的游客占出游总人次的28%，行程为4—6天的占33%，行程在6天以上的占四成左右。

“中青旅遨游网春节产品预售情况良好，亲子俱乐部的文化产品、滑雪俱乐部的冬季冰雪体育产品以及北京环球影城的休闲娱乐产品等，咨询预订都很火爆。”中青旅遨游网总裁韩杰告诉记者，从预订情况来看，今年春节旅游呈现以下三个趋势：一是城市周边游、近郊游、乡村游热度不减；二是亲子+研学+度假产品+文化体验类的产品更受欢迎；三是个性化定制游市场更加庞大。

马蜂窝的大数据显示，近一周，“春节去哪儿”的相关搜索热度涨幅达160%。出于对防疫安全等因素的考虑，“就地过年”仍是大多数游客的选择，在本地找“年味儿”成为越来越多年轻人的新目标。“年轻人的消费观念发生了很大变化，冲动消费在减少，只有深度体验类项目才能吸引他们。此外，他们热衷于发现好的国货品牌。”马蜂窝数据研究中心负责人马禹涛告诉记者，“随着国潮风盛行，传统‘年味儿’成了年轻人必备的体验。”“就地过年”的年轻人在挑选民宿时，会将是否有剪窗花、写对联、包饺子等年俗体验列入筛选条件。”

冬奥氛围浓

北京2022年冬奥会临近，不仅“点燃”了全民冬奥热情，也催热了春节期间的冰雪旅游市场。实际上，入冬以后，冰雪游搜索量及相关产品的预订量一直在攀升，热度空前。

“一方面，传统的热门冰雪游目的地依旧让游客心向往之。在日前发布的首批国家级滑雪旅游度假地名单中，北京延庆海陀、河北崇礼、涞源、辽宁宽甸天桥沟、吉林抚松长白山、丰满松花湖、黑龙江亚布力等12家滑雪旅游度假地榜上有名。凭借得天独厚的冰雪资源和成熟的配套设施，东北、华北地区仍然是游客的首选。另一方面，随着南方地区户外高山滑雪场、室内滑雪场、冰雪世界等景区陆续开放，本地冰雪游快速升温，南方游客无须

北上，在家门口也可以自由滑雪。”途牛旅游相关负责人表示。

途牛旅游网最新预订数据显示，春节期间，华东地区的“酒店+滑雪”套餐销售火热，“湖州安吉涵田度假村2—4日自驾游”“安吉云上草原松鼠部落酒店2—3日游”“无锡融创施柏阁酒店自驾2日游”等包含雪场、雪世界门票在内的自驾游产品供不应求。

同程旅游相关负责人表示，体验户外冰雪运动，成为年轻游客喜爱的冰雪旅游方式。1月11日北京什刹海户外冰场开放后，什刹海迅速登上全国热门景区第二名，仅次于因雪景走红的洛阳老君山景区。除了北京、张家口以及哈尔滨、长白山等传统热门冰雪旅游目的地之外，广州、重庆等南方城市的冰雪旅游热度也很高。

马蜂窝的冰雪数据报告提到，“冰雪南移”已成时尚。在冬奥会的带动下，全国人民的滑雪热情持续攀升。“近一周，我国南方规模较大的西岭雪山滑雪场搜索热度环比增长了300%，不仅让本地游客实现了‘就地滑雪’，还吸引了大批北方游客‘南下滑雪’，许多年轻人计划利用春节假期奔赴成都，一睹‘窗含西岭千秋雪’的风采。”马禹涛表示。

供给很丰富

采访中记者了解到，针对市场需求，旅游企业推出了丰富的产品供游客选择。

“春节期间，中旅旅行推出了‘雪域雄鹰冰雪营’‘攀冰谷探险乐园’‘冬奥自然探索双雪令营’等冰雪亲子游产品，丰富青少年的假期生活，引导更多游客体验冰雪运动。同时，我们还与北京多家雪场合作，推出了多款滑雪冬令营产品，策划了‘春节限定礼’‘环球影城限定礼’等促销活动。”中旅旅行相关负责人表示。

“科学探索类的亲子、游学产品受到了家长的青睐，北京科学中心、北京光科技馆等一系列宇宙、科学探索类的产品咨询量有15%左右的增加，家长对于深度体验、名师讲解等增值内容更加关注。”众信旅游相关负责人表示。近

期，众信旅游将上线冰上露营等户外亲子产品，带孩子体验营地生活，感受冰雪垂钓、冰上野炊，尽情享受冰上奥林匹克、冰瀑攀岩等特色项目。

同程旅行和国内多个旅游目的地合作，推出多个新兴小众的冰雪旅游体验产品。内蒙古呼伦贝尔的冰雪那达慕、兴安盟的跳台滑雪场、江苏宜兴的明月山雾凇和雪中温泉、湖北的神农架国际滑雪场等产品，都很受欢迎。“今年春节，中青旅遨游网推出的产品一是围绕古北水镇、北京环球影城等主题性强、休闲度高的目的地景区，推出了温泉、滑雪等单项产品和‘酒店+门票’套餐；二是围绕高品质亲子互动体验及研学，推出了以家庭式深度体验为核心的产品；三是海岛、邮轮等特色产品。”韩杰介绍。

● 国家级文明旅游示范单位系列报道

厦门建发国际旅行社：

全流程覆盖 营造文明氛围

□ 本报记者 张宇

2021年11月，厦门建发国际旅行社（以下简称“厦门建发”）获评国家级文明旅游示范单位。谈起创建经验，该社总经理黄秀云表示：“企业领导班子高度重视文明旅游工作，成立了专门的领导小组，从制度建设、人员覆盖、氛围营造三个方面着手，实现文明旅游工作全流程覆盖。”

完善制度 优化管理

为了落实文明旅游工作，厦门建发建立了较为完善的规章制度，编制了详尽的文明旅游专项工作方案，成立了专门的文明旅游工作领导小组，由总经理担任组长，负责文明旅游的组织、策划、实施、监督、考核等工作。

“我们制定了《文明旅游工作方案》《绩效考核方案》《导游领队引导文明旅游规范》等文件，将文明旅游工作融入每个业务环节。如将文明旅游工作纳入日常监督和绩效考核，作为年终评优的重要依据。”黄秀云说。

“制定《导游领队引导文明旅游规范》是希望通过不断强化导游文明旅游的培训管理，落实业务工作和文明督导一岗双责，充分发挥导游在带团过程中的文明旅游引导、劝导作用，随时提醒游客遵守文明旅游公约，遵守旅游目的地风俗习惯、法律法规，杜绝不文明行为。”黄秀云说，有了完善的制度规定，导游在带团过程中，也会紧绷文明旅游这根弦。

厦门建发还制定了《服务网点接待用语及行为规范》，规范待客服务标准；将文明旅游承诺书、健康旅游承诺书纳入合同附件，规范合同签订；设立了文明旅游活动专项资金，支持开展常态化的文明旅游活动。

梳理流程 全员覆盖

厦门建发努力实现文明旅游全覆盖。比如，对一线面客人员，重点加强社会主义核心价值观、企业文化方面的培训宣导，不定期举办待客服务规范、投诉处理的培训和抽查，要求门店工作人员面客、接听电话时规范使用文明礼貌用语，保持服务电话24小时畅通。

对于导游，厦门建发定期开展社会主义核心价值观、企业文化、带团规范方面的宣导和培训；要求导游领队遵守带团文明服务引导规范，衣着整洁，使用文明用语；尊重游客宗教信仰及风俗习惯，及时劝阻不文明行为。

厦门建发把地接导游、餐厅服务人员、司机视为旅游辅助服务者，督导他们做好文明旅游引导工作，严格落实各项服务规范。“在旅游旺季即将到来和大型活动举办之前，我们会向旅游辅助服务者发函要求其做好游客的品质服务、安全管控、文明旅游等工作。”黄秀云说。

对于游客的文明旅游引导工作，是从客人进店时开始的。“我们会在面客窗口显著位置摆放《中国公民国

如何做好非遗体验产品？

□ 崔展

虎年春节即将到来，受疫情影响，多地倡导就地过年。旅行社要抓住这一机会，推出符合疫情防控要求、适合在本地开展、节日氛围浓厚的旅游产品，非遗体验恰好契合。

我国现有国家级非物质文化遗产代表性项目1557个，子项共计3610个，几乎每个地市的家门口都有各自独具特色的非遗项目。在这个大家庭中，传统艺术、传统技艺、曲艺、民俗等类别中有许多项目非常适合在春节期间开展体验。

非遗的体验性、文化内涵与旅游有着天然的密切联系。在设计旅游线路时，要将不同主题、不同展示、体验资源串联，整合成有品质的旅游线路或产品，既提升线路的文化内涵，也使游客获得精神层面的收获。

以太原海外国际旅行社为例，该社连续6年推出以“老大同年味儿”为主题、以非遗体验为主要内容的春节

旅游项目及研学产品，受到了市场的认可和好评。其中，以国家级非遗项目大同广灵剪纸制作体验内容的活动最受欢迎。

该社深入分析产品特色和市场需求，与广灵剪纸非遗传承人、国家级工艺美术大师刘鹏合作，创新推出了“生肖吉兽”系列剪纸摆台。刘鹏每年都会设计多款针对不同受众、制作难度适中的生肖剪纸形象。在满足参与者体验感及成就感的同时，又让参与者产生了集齐12生肖的愿望，而这也成为该项目的亮点。在体验过程中，游客纷纷表示，非遗剪纸有越玩越有意思，大家在一起剪窗花的热闹场景，找回了久违的年味儿。游客的口碑相传，为旅行社做好了宣传，培养了潜在客户。

那么，旅行社在设计和组织此类产品时应注意什么呢？

首先要确定目标人群，方案精准到位。亲子客群、少儿研学客群、时尚达人客群、社区老年客群……这些都可以作为重点推广人群。春节假期，

这些人具有较强的外出游玩需求，可以根据非遗项目的特点向目标人群进行有针对性的推广。

其次要细化实施方案，内涵至关重要。实施方案主要包括活动主题、时长、人数、规模、场次、场地或场景、体验内容。其中，体验内容包括讲解及展示老师、体验活动项目及数量确认、具体操作流程、物料准备、注意事项等，确定产品价格，做好相应的防疫准备。

太原海外国际旅行社策划过一场名为“春意四合、福满乾坤”的年味活动，场地选在当地一家非遗老字号餐饮企业古色古香的四合院中。活动时长3小时左右，体验内容为本地非遗项目，有拓印木版年画、写福字、剪纸摆台、捏烧卖、蒸花馍。活动结束后，孩子们可以带走体验成品，有吃的、好玩的、有用的，可谓沉浸式、全方位、多感官的非遗体验，不仅让孩子和家长满意，更在孩子心中种下了热爱家鄉的种子。

再次，拓宽招募途径，发挥线上优

势。有了好的产品，还需要灵活高效的宣传及销售。按照以往经验，传统门店销售此类产品的效果一般，而自媒体、微信群、网店销售等模式更见成效，精致的电子海报、详细的推文介绍、高性价比的价格等，都会促成目标人群的消费行为，通过线上销售实现事半功倍的效果。

最后，强化细节把控，提升活动效果。非遗体验的核心是大众参与，从这个意义上来说，组织者和参与者都是传承人。因而在设计产品时，最重要的是立足非遗展示，注重体验过程，强调成品艺术性的同时兼顾实用性。

同时，旅行社要注意成本控制。此类活动一般单价不高，利润偏低。但在疫情防控常态化下，信心贯过黄金，在合适的节点推出合适的产品，本就是旅行社生存下来、恢复元气、实现发展的可行做法，也是值得付出的有意义的的事情。

（本文作者为大同市旅游协会导游分会会长）

安徽省旅游服务质量江淮行系列宣传（一）

发挥标杆示范引领作用 加快推进质量强省建设

美丽安徽行，品质在我心。近日，由安徽省文化和旅游厅、安徽省市场监督管理局共同主办的2021年“安徽省旅游服务质量江淮行”启动仪式暨质量论坛在合肥市举办。启动仪式现场，发布了2021年安徽省旅游服务质量标杆单位、旅游服务质量故事演讲大赛获奖选手、安徽文旅质量体验官名单，并为2021年江淮行系列分站活动授旗。

高标准 细服务 探索质量管理新模式

质量强旅，做好服务很重要。“安徽省旅游服务质量江淮行”系列活动自2017年开展以来，已累计遴选出旅游服务质量标杆单位48家，开展质量宣讲14场，组织入选单位走进13个市，得到了社会各界广泛认可，成为安徽省文化和旅游高质量发展的重要工作品牌。各单位不断探索、勇于实践，以强化质量意识、提高服务水平为目标，走出一条特色鲜明的高质量发展之路。

在2021年“安徽省旅游服务质量江淮行”活动中，各入选单位围绕质量管理模式打造，互享经验，共同进步。如合肥三河古镇景区建立健全“月检查、季考核、年通报”服务质

量管理机制，已坚持6年实行“诚信菜单”，以餐饮诚信推进景区诚信体系建设，以景区诚信体系促进旅游服务质量提升。安徽永泉农庄，抓质量提服务，立足“小而美”，扎实做好田园观光、休闲农业、研学旅游、休闲度假等旅游配套服务，积极传播大禹文化、展示皖北民俗。

谋突破 促提升 激发旅游服务新创意

服务提升，重在创新。活动中，各入选单位不仅展示了质量管理优秀做法和典型案例，还就旅游服务质量如何提升进行了多维度探索。舒城万佛湖景区以“遵纪守法环保游，持续改进双文明”为企业发展方向，推出“旅游+红色、旅游+体育、旅游+研学、旅游+扶

贫”等多元化产品体系，景区发展取得新成果、实现新突破。安徽皖新国际旅行社打造“基地+营地”研学业务新模式，推出“皖新号”研学专列，积极塑造研学旅行标准化运营新体系。安徽青松食品集团研学旅游基地以食品工业为载体，通过服务质量精细化管理，不断提升企业管理水平，实现“文旅+工业+研学”多业态发展。

人为本 守初心 实现服务品质新提升

创新效果，务求为民。现阶段，在旅游产品逐渐丰富、配套服务设施不断完善、科技日益发展的今天，如何让游客在每一段旅途中获得舒心满意的体验，成为文化和旅游企业提升服务质量的一个思

考。各入选单位不忘初心，始终坚持以人为本，并在旅游服务质量建设的标准体系打造和制度创新等方面，为全省文化和旅游企业树标杆。

歙县披云山山庄以顾客为导向，以文化为载体，开展“育名队、推名品、建名企”质量工程，致力于传承徽菜和传承文化，打造文化餐饮新品质。中国宣纸文化园积极发挥员工主体作用，培育了一批匠人、非遗传承人，在弘扬宣纸文化、发扬工匠精神中不断强化质量建设。合肥泓瑞金陵大酒店重点实施“责任到位、标准到位、培训到位、质检到位、整改到位”的“五位一体”质量管理模式，秉承“家”文化的服务理念。宿州国际大酒店以“超越期望 创造惊喜”为服务出发点、落脚点，通过增加奇思妙想，提供个性化服务，让客人收获安

心、暖心和舒心。为进一步宣传推广“安徽省旅游服务质量江淮行”活动，实现多角度、多层次、全景式宣传，2021年还聘请了10名“安徽文旅质量体验官”，全程参与，进行体验并监督，倾听各站质量宣讲、深入入选单位检验服务品质情况，以真实、客观、生动的宣传视觉，展现其风采，展示安徽文化和旅游质量发展成效。

近年来，安徽多举措推动文化和旅游业高质量发展，设立了“安徽旅游诚信日”，组织首批省级文明旅游示范单位评定，打造“一机在手 畅游安徽”皖游通线上服务平台，开展“你是最美的风景”等主题活动。安徽省旅游服务质量管理水平不断提升，旅游服务体系不断完善，全省文化和旅游业进入了高质量发展轨道。

关于更改保险兼业代理业务许可证营业地址的公告

北京市奔马汽车维修站因营业地址变更，特此公告。

换前信息

机构名称：北京市奔马汽车维修站
营业地址：北京市丰台区南苑槐树八大排通久路

换后信息

机构名称：北京市奔马汽车维修站
营业地址：北京市丰台区小井村136号