

党的十八大以来,以习近平同志为核心的党中央高度重视旅游业发展,全国各地大力发展国内旅游,有序促进入境旅游,稳步发展出境旅游。旅行社作为旅游行业的中坚力量,无论是数量规模还是经营效益,均实现突破性增

长。尽管近年来受新冠肺炎疫情疫情影响,旅行社企业受到严重冲击,但是其数量规模仍保持逐年增长态势。近期,本报在“奋进新征程 建功新时代”总栏目下,开设“我们的时代”专栏。本期采访了旅行社行业部分工作者,关注其成

长故事、工作感悟和精神风貌,以微观视角洞察时代变迁,以个人成长反映行业变革,生动展现旅游为民、富民、利民、乐民的重要作用以及旅游行业改革实践和发展成就。敬请关注。

雷海粟:旅游报国 服务大众

□ 本报见习记者 魏彪

十年来,中旅旅行始终把优质服务作为经营管理之本,秉持“旅游报国、服务大众”的使命,积极发挥典型示范引领作用,持续深入开展典范宣传,引导广大员工牢固树立“诚信经营、优质服务”理念,苦练内功、创新服务、合规经营,不断提升职业素养和专业水平,努力成为品质和文化的传播使者。

中旅旅行专业、优质的服务,获得了业界的广泛认可,所属中旅总社、国旅总社多次荣获国家和北京市政府“最佳旅游企业奖”“旅行社最高创汇奖”“旅行社最高外联人数奖”“首都旅游紫禁城最佳集体”等荣誉,连续多年在“全国百强旅行社”评比中名列前茅。在2021年全国特级导游考评中,中旅旅行导游吴巧凌和孙国英荣获“全国特级导游”称号。

“经风雨才能壮筋骨。越是艰难时期,越要迎难而上、勇往直前。”中旅旅行党委书记、董事长、总经理雷海粟表示,疫情防控常态化下,中旅旅行积极履行央企责任担当,坚守主责主业,围绕产业链、供应链和价值链,统筹推进经营战略调整,优化旅行服务全球化布局,全面适应国内大循环、国内国际双循环新格局,重构旅

游产业服务体系。“近年来,我们坚持C端和B端业务并举,做强B端业务,做大C端业务,加强信息化建设和信息化转型,建立核心竞争能力;在做好存量业务、传统业务的同时,积极拓展增量业务、新业务,在国内游、出境游、入境游、签证业务、商旅会展业务等方面,通过数字化赋能推动提质升级。”雷海粟说。

创新驱动发展,提升产品核心能力。“从2020年开始,我们创新入境旅游业务模式,首推‘在华外国人游中国’业务,持续开发新线路、新产品,不断拓展开发新客户、新客源,以高品质产品和精细化服务为在华外国人提供深度体验,了解中国的行业范本。2021年10月,中旅旅行策划承办2021驻华外交官‘发现中国之旅’系列活动,带领外交官们走进北京、重庆、湖北等省市,发现美好中国、感受美好生活。今年以来,中旅旅行继续紧扣境外游客需求和消费习惯,配合文化和旅游部推出了‘中国旅游培训项目’,进一步增强中国旅游品牌吸引力、影响力。”雷海粟介绍。

2021年,中旅旅行又以庆祝建党百年为契机,整合红色资源,策划并执行中国旅游集团“永远跟党走”红色旅游项目系列活动,发布百余条红色旅游精品线路、推出“筑梦之旅”南海邮轮红色主题

航次,组织“红色故事伴我行”全国红色故事讲解挑战赛等,全力推动红色旅游高质量发展。中旅旅行红色教育精品旅游线路入选国务院国资委中央企业党史学习教育创新工作案例。

发挥签证业务优势,助力服务外交事业。“中旅旅行在26个国家和地区共运营50家签证申请中心,在全球中国签证中心占比超过半数,市场份额稳居首位。中心专业、优质、高效的服务,一直备受社会各界认可。”雷海粟说。

“匠心匠心,至诚至精。”这十年,中旅旅行从未停止开拓进取的脚步,特别是在会展、商旅及航票等业务方面取得了长足进步,行业引领和示范作用日益突出。

“能力越大,责任越大。”雷海粟表示,作为旅游央企排头兵和旅游行业的执牛耳者,中旅旅行将持续深入贯彻落实习近平总书记视察香港和海南重要讲话精神,践行“诚信经营、优质服务”理念,努力成为中国旅游界的资源整合者、创新驱动者、产业引领者和责任担当者,积极弘扬中华文化,讲好中国故事。

“站在奋进新征程的新起点,中旅旅行不惧挑战、勇毅前行,有信心有能力为旅游业高质量发展贡献自己的力量。”雷海粟说。

□ 彭志凯

2021年,我国国内生产总值超过114万亿元,占全球经济比重由2012年的11.4%上升到18%以上,人均GDP达到1.25万美元,接近高收入国家门槛。疫情发生前的2019年,国内旅游人数达60.06亿人次,是2012年29.57亿人次的2倍,人均出游达4.3次,我国已进入大众旅游时代。

近年来,我国旅游业飞速发展,旅行社行业发生了一些新变化,也取得了一些新成就。2012年底,我国共有旅行社24944家。文化和旅游部发布的统计数字显示,2022年第一季度全国旅行社总数为42604家。可以看出,十年来,旅行社的数量增加了17660家,是2012年的1.71倍。

为满足大众出游需求,适应自由行兴起的市场趋势,旅行社积极依托互联网平台,改变传统的经营方式,让“说走就走”的旅行变得触手可及。

十年间,出游人数的持续增长,为OTA旅游电商提供了巨大的商机,市场份额迅速扩大。10年间,旅行社从传统

的组织、招来、接待、包价等服务,到提供政府采购及私人定制、个性化等单项服务。相关数据显示,2022年第一季度国内旅游单项服务达776.01万人次。

2019年,全国旅行社国内旅游组织1.77亿人次,接待1.85亿人次,两项相加占当年国内出游总数的6.03%。入境旅游外联接待3056.91万人次,占入境总数的18%。出境旅游组织6288.06万人次,占出境总数的35%。

这十年旅行社行业取得的成就主要有三方面:

一是构建批零体系,形成了旅行社批发、代理、零售垂直分工,旅行社“弱小散差”状况得到明显改善。二是全面推行旅行社等级评定,为全面贯彻落实高质量发展理念,切实维护和保障旅游者权益,提高旅行社经营管理水平和服务质量,优化旅行社产业结构,促进旅游市场健康、持续和稳定发展奠定了坚实基础。

三是开展导游执业试点,为适应旅游市场小团化、定制化消费需求,向游客提供“导游+网约车”服务;推动建立导游服务预约平台;推动劳动报酬指导性

标准与服务评价相衔接,使导游职业渠道由单一旅行社委派转变为旅行社、互联网平台以及其他旅行服务机构等多元选择。

新冠肺炎疫情给旅行社行业带来巨大的冲击,使之成为遭受影响最严重的行业之一。旅行社既是传统服务业,也是旅游业的主力军。三年来,疫情时有反复,企业生存及市场复苏过程艰难。但我们要看到疫情带来的变化及机遇。旅行社企业应该认真思考,旅游重启后,游客在哪里?市场在哪里?产品又在哪里?

从旅行社自身来看,不能头痛医头、脚痛医脚,要顾眼前更要谋长远。旅行社传统的运作方式、思维模式在未来将很难维系,但旅行社的组织串联作用一定会长期存在。这其中,业态的革新、产品服务的迭代提升、核心竞争力的坚守和升级更是题中之义、应有之义。疫情对旅行社行业既是危机也有商机,面向未来,我们要敢于面对挑战,更要对行业发展充满信心!

(作者为原国家旅游局监督管理司司长)

叶春平:从“旅游小白”到独当一面

□ 邵子君

2013年,叶春平入职同程集团,经十年的努力,叶春平已经从一名普通员工成长为同程集团内蒙古公司总经理。

互联网产业的飞速发展给在线旅游企业提供了广阔的舞台,同程集团抓住了有利时机,在我国在线旅游市场中占据了重要一席。

刚入职时,叶春平对自己的职业生涯满怀憧憬。他很快适应了旅游行业的工作节奏,先后在公司的景区门票、周边游、国内游等业务板块供职,足迹遍布广东、河北、宁夏等地。

2014年3月,同程集团在全国率先开启“一元门票”特惠活动,引起各方热烈反响,游客更是积极参与。叶春平迎来了入职后最忙碌的一段时光。“奔赴各地了解景区门票政策,与景区洽谈活动方案,现场组织实施活动……那时,每天工作到很晚是常态,但同时参与感、获得感也与日俱增。”

叶春平介绍,同程集团始终致力于参与社会公益活动,在推出“一元门票”活动的同时,还推出了“十一元门票”活动,即游客购买价值十一元的景区门票,其中十元钱将捐助用于建设希望小学。“当时,很多游客得知‘十一元门票’活动后,都积极参与,这让我深刻感受到了旅游企业的社会责任感。”

新冠肺炎疫情发生以来,叶春平意识到大众出游习惯发生了很大变化。他介绍,从同程平台可以看出,自驾游、家庭游增长幅度远远大于传统跟团游,集团针对这一趋势,积极创新求变。这两年,同程集团将自驾游、家庭小团游等作为主打产品,并从订单源头开始更新各地防疫政策以及落地核酸检测点信息,为游客提供出行便利。

以叶春平目前主要负责的内蒙古市场为例,内蒙古以往是非常传统的旅游目的地,主要以跟团游为主,但根据同程平台最新数据显示,自驾游等新出行方式已占据内蒙古产品订单量的50%以上,内蒙

古在同程平台上的旅游数据已恢复到2019年的90%。

转眼间,叶春平进入同程集团已近十个年头。“十年间,我从一名旅游‘小白’变成能独当一面的区域负责人,从单一景区运营到目的地旅游规划,对旅游的认知也由片面化转向体系化……而我深知,这些改变,均是在国家发展、企业发展的大背景下实现的。”叶春平说,十年来,国内旅游需求愈发旺盛,出游方式由跟团游向个性化转变。总体上,国内旅游市场越来越有序化、长远化、体系化,特别是全域旅游、智慧旅游等理念的提出,带来了更多的发展机遇。

对于未来的发展,叶春平依然怀揣着十年前的那份憧憬。他说,希望国内旅游能够更加智慧化、体系化、国际化。“同程集团根据国家政策,持续提升旅游目的地营销能力,持续做热国内旅游市场。而从我个人而言,我将带领团队,进一步强化的地营销,助力大西北地区打造全国乃至世界重要的旅游目的地。”

崔淑娟:践行“骆驼精神” 打响特色品牌

□ 王思超

“旅行社的生存之道是在提供优质服务前提下,开创自己的独特品牌。”对克拉玛依市驼峰旅行社有限责任公司总经理崔淑娟来说,深耕旅行社行业10年最大的感悟就是“创品牌”。

在新疆,提到自驾游和房车游,人们都会想到驼峰旅行社。2001年,驼峰旅行社在克拉玛依市成立,2008年完成改制后成为一家经营入境旅游、会务接待等业务的民营企业。

“驼峰”寓意沙漠之舟骆驼,能够挺过沙漠风暴,有坚韧坚强的毅力。”崔淑娟说,多年来,驼峰旅行社不忘初心,砥砺前行,所经营的定制游获得游客的100%好评,先后获得新疆导游大赛冠军、新疆先进旅游企业、十佳、十强旅行社,最具诚信单位等荣誉。

驼峰旅行社成立之初,主营业务为组团出游为主。随着旅行社数量不断增多,同行竞

争愈加明显,仅限于本地组团的路子越走越窄。

自2013年起,驼峰旅行社开始利用各种机会到客源地促销、洽谈,面向全国游客推出“游大美新疆:从克拉玛依出发”等产品。自此,驼峰旅行社开始从一个组团社向组团、地接双向发展。

崔淑娟说:“新疆旅游资源主要分布在喀纳斯、赛里木湖、那拉提、天山天池、吐鲁番等地,而克拉玛依就位于这些景区中间。如果从乌鲁木齐出发到喀纳斯,当天就没时间游览喀纳斯,也没有时间游览那拉提,克拉玛依这个位置恰恰可以解决一日游的问题。”

就这样,驼峰旅行社开始以跨越天山、穿行荒漠、体验民俗风情为主题打造系列自驾游产品,大力推广“游大美新疆,从克拉玛依出发”自驾游品牌。

“自驾游属于大众型产品,如果自己定价权,再好的产品也会在行业竞争中被挤压得无利可图。”崔淑娟说。

这时,崔淑娟又将目光转

向房车租赁业务。2018年,驼峰旅行社率先在克拉玛依成立新疆新城房车基地,与深圳、山东等地的房车企业合作,推出了“你无我有、你有我优”的产品,并于当年租赁了30辆房车。目前,驼峰旅行社已投入400万余元,购进房车10辆,至此驼峰旅行社有了自己的房车队伍。

“一步一个脚印,起步是艰难的,但想要拥有自己的房车团队,就需要敢于尝试、不断开拓新产品。”崔淑娟说,房车游是高端定制产品,要在常规路线基础上进行组合和分解,融入个性化服务。在运营中,品质定制游、研学主题游、亲子互动游等产品最受欢迎。

“我经历了传统观光游、品质定制游两个产品时代,10年前的产品主要是传统观光游,现在是品质定制游时代。只有做足特色、打响品牌,旅行社才会有更好的发展。今后,我们还要继续践行‘骆驼精神’,做优‘驼峰’品牌,让旅行社发展之路走得更好更实。”崔淑娟说。



邢立文:用情传递旅游好声音

□ 李金枝

“杭州有西湖,厦门有鼓浪屿,这里有著名的万国建筑群,几百年的东西方文化在这里碰撞、交融……”在厦门鼓浪屿,邢立文正在为40多名杭州游客介绍鼓浪屿。

邢立文是厦门旅旅国际旅行社导游,2008年从业到现在,已有14个年头。14年来,他一直坚守导游一线岗位,履行好自己的责任与使命,用心讲好“厦门故事”,用情传递旅游好声音,并先后荣获厦门市、福建省导游职业技能大赛中文组冠军,福建省“五一劳动奖章”,福建省首批“金牌导游”等称号。

一城春色半城花,万顷波涛拥海来。厦门风景秀丽,气候宜人,是我国著名的休闲旅游城市。为了更好地宣传推介厦门文化和旅游资源,邢立文除了日常带团之外,还热心于各种公益事业。他经常到厦门华天涉外学院、厦门城市学院、厦门华夏学院、集美大学等高校开设公益性讲座,在厦门市博物馆做了多年志愿讲解员,积极参加厦门市文化和旅游局举办的各种公益文明旅

游宣传活动以及新导游培训等工作。

2019年,邢立文与厦门另一位金牌导游王婷联合成立了鹭承金牌导游联合工作室。邢立文说:“成立工作室的初心,就是要发挥金牌导游的力量,积极开展‘传帮带’,做好厦门导游岗前培训,提升导游队伍素质,不断讲好‘厦门故事’,努力为厦门旅游发展添砖加瓦。”

疫情发生以来,旅游业遭受巨大冲击。很多导游在很长一段时间内无团可带,有的甚至已经转行。邢立文凭着对旅游的热爱,一直坚守着,并与厦门广播电视台集团合作,开展长达一年多的公益活动,通过广播的形式,带领万千听众一起“云旅游”;他还在抖音平台进行直播,积极宣传推介美丽厦门。

点开邢立文的抖音号“阿文玩转福建”,“厦门海上日出你见过吗?”“鼓浪屿的三个最美转角”“黑脸妈祖是咋回事儿?”一系列短视频广受网友欢迎。“疫情防控期间,为了向网友推介厦门各大景区景点,我做了200场直播,收获了近4万粉丝。”邢立文说。导游不仅是旅游接待窗口,也是一座城

市的形象大使。近年来,邢立文积极参加厦门市文化和旅游局组织的各种推介活动。2021年“中国旅游日”活动期间,厦门市文化和旅游局举办了“金牌导游·光耀厦门”航空篇、地铁篇活动,邢立文在地铁里分享了他接待一位南京客人“小鱼儿”的旅行故事,引起了人们的强烈共鸣。“小鱼儿”乘坐早班机到达厦门后,拖着行李遇到了一系列麻烦,但地铁工作人员的热心帮忙,让她如沐春风。“没想到,一趟精彩的厦门之旅竟然从地铁里开启。”今年5月,邢立文还跟随闽西南协同发展区文旅推介团首次走进闽东北三个城市,推介“YOUNG游闽西南”潮流玩法。

航船不能没有方向,青年不能没有梦想。“导游是一个有温度的职业,每当看到客人递到我手里的一封封感谢信,发过来的一条条赞许短信……我都非常感动,觉得带团再苦再累也都值得。”谈及未来的发展,邢立文信心满怀。他表示,将不断创新讲解方式,加强线上文旅宣传推介,开展多种形式的公益以及研学活动,吸引更多游客畅游厦门。