2022年9月15日 星期四
CHINA TOURISM NEWS 中国旅游报

市场有限做周边 各出奇招不躺平

中秋假期结束，各地陆续发布了中秋市场总结，在发放文旅消费券等各项活动的带动下，各省市本地游市场持续火热。在此基础上，碎片化服务显得尤为重要，拒绝“躺平”的旅行社企业也在积极布局，创新尝试，以期紧跟市场变化，占得先机，从而获得更加稳定的营收。

图虫创意 供图

□ 本报记者 张宇

周边游仍是基本盘

来自多家企业的数据显示，受多地疫情散发影响，本地游、周边游成为这个中秋节的基本盘。游客出行呈现预订周期缩短趋势，提前1到3天预订成为大部分人的选择。

“中秋节假期，多地倡导就地过节。受假期时长及疫情影响，消费者出游半径缩短，碎片化趋势愈发明显。”途牛旅游相关负责人介绍，本地游、周边游为中秋旅游消费主流，出游人次占比为68%。

“中秋假期，各大城市市内及周边近郊景区迎来了客流小高峰。同程旅行大数据显示，景区日均订单量较上周末增长了159%，其中，订单周环比涨幅达到200%及以上的景区超过500个。”同程旅行相关负责人介绍，另一个很显著的现象是露营热回归，户外运动、乡村旅游表现亮眼。

“中秋小长假呈现长线冷本地热特征。在低风险地区，本地游及周边游较为活跃，本地酒店订单量环比上月同期增长52%。值得一提的是，中秋露营订单量环比增超4倍。”飞猪旅游相关负责人告诉记者，为应对可能突发的疫情，游客出游计划更加灵活，超五成消费者选择提前1天预订中秋旅游产品，提前7天预订的消费者占比不足15%。

“相比五一、端午等小长假，中秋出游客群中，两代、三代同游人次占比提升约三成左右。不同年龄人群的出游方式也有所不同。”驴妈妈相关负责人分析道，90、00后客群多选择以“城市微旅行”的方式度过中秋，在热门街区拍照打卡，在郊外露营、骑行，去博物馆美术馆看展都是他们热衷的过节方式。而80后、70后则更偏向于携家带口一起赏月和体验中秋民俗活动。

其实，不止中秋假期，疫情以来本地游、周边游愈发火爆。携程数据显示，今年1—8月，本地订单占比较2019年同期增长了44%，其中，一线、新一线城市本地订单占比涨幅领先，较2019年同期增长五成以上。深度聚焦本地客源，探索碎片化产品已经成为众多旅行社企业稳定营收能力，增加用户黏性的“最优解”。

碎片化服务成关键

中秋假期，针对本地游、周边游的出游需求，旅行社企业也在碎片化产品供给上下足了功夫。上海春秋推出了酒店微度假套餐类产品。中旅旅行聚焦中秋亲子需求，与城市露营地深入合作，推出了“小森林中秋月”亲子主题活动。

有业者分析，碎片化产品依赖强大的系统、丰富的资源储备，还要满足快速预订和核销，在提升产品灵活度的同时增强产品消费的便利度。

疫情防控常态化下，在碎片化服务方面，在线旅游企业和传统旅行社走出了两条路径。

在线旅游企业依靠强大的技术能力和平台功能，不断丰富和升级“+X”。

“在95后、00后逐渐成为旅游消费主力军的背景下，基于年轻人追求个性化、碎片化、新鲜小众的特点，我们持续拓展本地更多户外玩法，包括飞盘、桨板、骑马等运动项目，还将开发更多市内场馆夜游活动，拓展旅游消费全场景。”携程旅行相关负责人说。

同程旅行推出了门票+讲解、酒店+本地交通、乘车呗微信小程序等产品，不断提升用户的一站式消费体验，加上目的地盲盒，激发短途游增长点。同时，拓展多元性的出行消费场景。

“为满足日益增长的本地游、周边游消费市场需求，我们引入了乡村民宿、营地、周边度假酒店40余家，结合本地文化特色，融入采茶、农耕等玩乐、农事体验项目，主打周末和节假日‘住宿+X’自驾游打包产品，8月销售业绩环比增幅180%。”途牛旅游相关负责人告诉记者。

传统旅行社在碎片化产品服务能力上也有突破。采访中记者了解到，传统旅行社基于优秀的产品开发能力，在碎片化产品上更聚焦文化和内容体验。

“我们一直高度关注碎片化消费需求，目前，前期布局已经收到成效。”上海春秋旅行社副总经理周卫红介绍，围绕“建筑可阅读”“海派城市考古”等主题，春秋设计了100多条微旅行线路，包括红色旅游、工业旅游、研学旅游、体育旅游等细分主题，供不同消费群体选择。春秋集团旗下的蜻蜓观光巴士，在上海、厦门、广州等地都开出了城市观光线路。“今年年初，我们创立了自有露营品牌，专注于营地设计、建设和管理，积极探索‘营地+’模式，目前已经在上海、北京、兰州、太原、杭州、哈尔滨、沈阳等多个大中城市布局，既有和商业、娱乐、美食相结合的城市营地，也有和湿地、森林、绿地相结合的郊野营地。”

中旅旅行聚焦短距离、低消费、高频次的近程旅游和本地休闲游，在产品开发中，更加注重文化和体验的独特性。“中旅旅行亲子文化类产品‘中旅博物小课堂’推出了中秋特别课程，孩子们在明城墙遗址公园里感受古建筑之美，亲手画兔爷、京剧脸谱，制作中秋灯彩、冰皮月饼，在工艺美术大师的带领下学习景泰蓝的点蓝工艺，体验景泰蓝制作过程。生动活泼的授课形式让孩子们爱上非遗、爱上中国传统节日。”中旅旅行相关负责人说。

多组合产品引客源

中秋假期，景域驴妈妈旗下众多平台通过文化创意和科技创新，传递中秋祝福。数字藏品平台奇驴以“空投礼赠”形式为平台会员及驴妈妈旅游网会员限量赠送《浓情月圆系中秋》数字藏品。景域驴妈妈旗下文创伴手礼平台“风旅阁”推出了城市礼物系列，通过国风手绘形式描绘中国各地文化元素，古风诗词、盲盒等多种玩法，受到游客欢迎。我把“上海”送给你、我把“安徽”送给你、我把“宁夏”送给你等众多系列产品，成为中秋热门伴手礼。

采访中，记者了解到，拒绝“躺平”，不断挖掘新的业务机会已经成为疫情防控常态化下旅行社业者的新常态，除了持续提升碎片化服务能力以外，旅行社还进行了诸多新的尝试。

同程旅行持续推进品牌年轻化战略。“今年以来，同程旅行举办了同程杯电竞赛事、水上音乐节、剧本杀等营销活动，推出了数字藏品等年轻人喜欢的产品，与新一代旅行者建立更为紧密的联结。”同程旅行相关负责人介绍。

同程旅行还持续打通线上线下渠道。以线下渠道为例，截至目前，同程旅行通过酒店扫码住、景区扫码游、智慧汽车票等各类线下旅游消费场景，持续挖掘流量红利。而在线上渠道，则通过微信生态内和微信生态外（快应用、短视频等）的“双管齐下”，为企业稳定运营提供了有力支撑。

“凯撒旅业与多个目的地文旅局展开深入合作，通过整合优势资源，进一步升级目的地旅游体验。前不久，我们获得了北京市通州区文化和旅游局‘遇见·运河’城市探访活动项目运营资质，策划了一系列文旅活动，展现北京城市副中心的新风貌。”凯撒旅业相关负责人介绍，凯撒旅业还集合旗下免税、文创等各业务板块优势，以“商品+文化休闲活动+旅游”相结合的方式，深化线上线下一体化运营，提高经营效率，已经推出了“全球好物带回家”“约惠海南欢乐购”“赏花出游季”等主题营销活动，汇聚目的地特产、营养保健、美妆护肤、文创IP、特色手作等，线上带动线下促进销售。

今年以来，春秋旅游联合东方明珠开展了多次“城市空中露营”合作，均取得了不俗的成绩。春秋导游还化身为“海派城市考古”主播，讲述上海的昨天和今天，带动产品销售。

直播也是很多企业拓展的方向。途牛加速布局直播业务，不断探索旅游产品在线预售新路径、新营销等模式。目前，途牛运营的直播间涵盖了多个主题，以及包含综合产品直播带货、区域垂直产品推荐、户外种草等多类别、多场景、差异化的营销模式。以“途牛带你游华南”直播间为例，2022年4月以来，长隆销售额稳定在日均10万元以上，已然成为抖音长隆直播系的TOP1。

众信近期发布的上半年财报显示，疫情以来，得益于坚持加强电商直播领域核心能力建设战略，在经过长时间的流量积累、数据沉淀后，众信在短视频及电商直播领域取得优异成绩。今年上半年，众信电商平台累计直播场次数超406场，累计观看超3387万人次，直播旅游产品售卖数量近4000套，活跃粉丝数量超过30万。

“疫情防控常态化下，无论是在线旅游企业还是传统旅行社，大家都面临着相同的挑战，各有各的困难，但唯有进取才能获得生机。”有业者表示，旅企要因地制宜，找准方向，先让自己动起来。

导游做义工 讲解济南泉

中秋节当天，山东济南导游义工组织开展了“我们的节日·中秋”系列主题公益活动，导游义工郎雪、张蕾、刘虎、朱晓宽等人提供志愿服务。活动现场，导游义工向市民游客介绍了泉水成因、泉水文化，泉水保护等内容。通过绘声绘色的讲解，现场的听众尤其是小朋友们反应热烈，不时提问，导游义工一一解答。一位小朋友说：“我家在附近，经常过来玩，听导游叔叔讲了这么多有趣的泉水故事，重新认识了这些泉，我为我的家乡而骄傲。”

李晶媛 文 济南市导游协会供图

刘培昌连续22年资助贫困学生——

一位高龄导游的光和热

□ 程芙蓉

退休干部，旅行社党支部书记、带团导游，资助困难学子的好心人，抗疫志愿者……今年72岁的刘培昌是湖北省峡州国际旅行社有限公司（以下简称“湖北峡州国旅”）的兼职党支部书记，同时也是该社一名优秀的出国领队和导游，他的身上有很多标签，更有暖心的故事……

刘培昌参加宜昌市伍家岗区委组织的表彰大会。 受访者 供图

退休民警当上导游

刘培昌年轻时当过兵，转业后到地方公安局工作，成为一名民警。然而在这个警察的心中，却有一个“导游梦”。“当个好导游，向世界讲好宜昌故事，是我心中的梦。”刘培昌说，退休后选择做导游，缘于当年在机场看到的感人一幕。

2003年，刘培昌还是一名民警，一次到机场送人，在候机厅看到一群外国老人与一名60多岁的阿姨分别时依依不舍。刘培昌很好奇，等外国客人离开后，他过去询问阿姨原因。原来，阿姨是北京某大学教师，退休后从事导游工作。她送别的是一个法国的老人观光团，团员都是第一次到中国。来华前，他们认为中国像本国媒体报道的一样落后，20天在多个省市观光游玩中却发现，中国与该国媒体上宣传的是两码事，于是让阿姨帮忙把护照续签了10天。在那一个月里，阿姨全程接待这个观光团，热情周到的服务感动了异国他乡的老人。

“听完阿姨讲的故事，我突然醒悟，原来当导游能把人与人之间的感情拉近，把国家的距离越拉越近。”刘培昌说，自此他就萌生了当一名导游的愿望。经过不断努力自学，55岁那年，刘培昌考取了国家导游证和领队证。退休后，他成为宜昌峡州国际旅行社（湖北峡州国旅宜昌分公司前身）的一名导游。

“求知、求新、求奇、求乐”，刘培昌深知一名合格的导游需要具备渊博的知识。从事导游工作后，他阅读了大量书籍，写了30多万字的读书笔记，搜集整理创作了几十篇有关景点景区的民间传说，不断积累知识，提升导游技能。在践行文明旅游中，刘培昌还编写了长达万字的《文明旅游安全注意事项》，包括游客境外游时乘坐交通工具、入住酒店、进餐、通讯和团队纪律等9个大项68个小项的注意事项。“只有方方面面都替游客考虑，他们才会认可你。”刘培昌说。刘培昌带过的团有许多，不少游客与他从陌生人成了真心朋友。2016年，他荣获原国家旅游局颁发的“中国好导游”称号。同年12月，他又被评为全国旅游系统劳动模范。

资助62名学子重返校园

除了职业经历令人称道外，更令人赞叹的是刘培昌20多年的公益助学行动。

34年前，刘培昌还是一名公安民警，在与援藏回宜干部交流时，得知当地不少学生不能正常入学，就想在西藏寻找困难学生予以资助。但苦于自己并不富裕的现状，他只能将想法先埋在心里。1999年秋，一档电视节目中有关家庭贫困学生上不起学的情景，又重新点燃了他的助学激情。2000年初，刘培昌通过武汉慈善机构提供的信息，与电视节目中东西湖辛安渡中学三年级女生小戴和黄陂土庙镇阳光小学二年级女生小蔡的家人取得联系。随后，刘培昌资助小戴完成了初中和高中阶段学业，资助小蔡完成了小学阶段学业。“小戴高中毕业后在一家食品厂工作，每年都会给我打电话，结婚后过得很幸福。”刘培昌说，去年10月，小戴还专门给他送来一面锦旗。

“从2018年起，我认领的助学对象比较多，目前还在资助的学生有40多名。”刘培昌的手机里珍藏着许多困难学子的照片，时常会翻看一下。“他们的笑脸是我坚持的动力，很多孩子邀请我去他们的家乡做客，不过，我答应过后都食言了。我更愿意在背后默默关注他们的成长。”刘培昌表示，他会一直将公益助学做下去。

22年来，刘培昌累计出资20多万元，帮助西藏、新疆、贵州、甘肃等15个省、自治区的62名困难学子重返校园。在他的带动下，湖北峡州国旅的同事们也纷纷加入捐资助学活动中来，共资助帮扶110名困难学生。

抗疫战线上的高龄志愿者

导游工作之余，刘培昌还是一名社区志愿者。

2020年初，新冠肺炎疫情暴发。1月28日，刘培昌刚从越南带团回国，遵照社区防控要求，他在家隔离了14天。隔离期刚满，70岁的他不顾高龄，主动到宜昌市伍家岗区隆康路社区报到，加入志愿者队伍，成为社区年龄最大的志愿者。

白天，刘培昌和志愿者们逐家逐户上门为住房测体温，为孤寡老人买药送菜。晚上，他在小区门口值守夜班，严防无关人员出入。自2月16日开始，他在社区连续工作两个多月。在他的带领下，当时湖北峡州国旅宜昌分公司11名党员中除2人有特殊情况请假外，其余9名党员全部按要求“双报到”，下沉社区，开展志愿服务。

去年4月，刘培昌又主动报名到方舱接种点做志愿服务，每天都要服务七八个小时。今年5月初，在全民核酸检测期间，他又积极参与社区检测点的志愿服务……

从民警到旅游人、公益人、志愿者，刘培昌不仅自己拥有“开挂”的人生，更用充满活力的热情温暖着周围的人。

2022年书香安徽“江淮读书月”活动启动

近日，2022年书香安徽“江淮读书月”活动启动，活动以“阅读新时代 奋进新征程”为主题，自9月1日至9月30日在全省范围内开展。其间，将通过全省133家图书馆联动，以“阅、演、展、讲、赛”和线上服务的“5+e”模式，持续推动书香安徽全民阅读走深走实。

安徽省公共图书馆联盟将持续开展“百馆联动推广阅读”、主题公益文化讲座展览、共享数字阅读等系列线上线下活动，以满足不同年龄读者和各类人群的文化需求。以安徽省图书馆为龙头，带动市县（区）图书馆开展知名作家作品巡回分享、“洞·见”舞台式演讲等特色阅读推广活动。“徽风送书——你选书 我买单”、信用借阅、网借免邮、开放“夜读”等便民服务，也将全力保障读者享受阅读。

安徽省公共图书馆联盟自2014年成立以来，始终致力于推广全民阅读，每年组织举办全省性的阅读推广系列活动，在全社会营造爱读书、读好书、善读书的良好氛围。2020年，为进一步促进阅读推广活动深入开展，在全省公共图书馆阅读推广系列活动的基础上，联盟策划成立了“江淮读书月”主题阅读服务品牌，迄今累计开展各类阅读推广活动7300余场次，吸引了340多万人次参与。