

披星戴月 OTA 布局直播有实招



图虫创意 供图

□ 本报记者 张宇

“疫情发生之前，OTA企业就已经对直播这一新赛道跃跃欲试，而疫情像是催化剂，加速了OTA企业在这一领域的布局。”有业者分析道。

2020年2月，途牛开始通过短视频和直播带领网友“云旅游”。“我们发现很多网友有囤货需求，于是在2020年4月16日开启了首场直播带货。”途牛旅游相关负责人介绍，“在直播间，我们不但能与粉丝实时互动、在线答疑，还能根据客户的反馈和需求来迭代产品。”

途牛方面表示，截至目前，他们已建成覆盖全国目的地和全品类产品的综合类直播间，聚焦某一热门方向、某一目的地或某一品类的垂直类直播间，以及立足于某一目的地室外场景的沉浸式直播间，形成直播矩阵。

采访中，记者了解到，疫情冲击之下，在线旅游企业对电商寄予厚望，在人员和资源上给予倾斜，目前成效已十分显著。

2021年，途牛会员日直播累计销售额超1.5亿元，单日最高销售额突破4000万元。此外，途牛直播渠道上线的产品，大多以预售、“二次预约，不约可退”等产品类型为主。途牛旅游网预订数据显示，2021年，通过会员日或直播间预订2次以上“二次预约，不约可退”产品的客户占比达52%，更有近10%的客户复购次数在5次以上。

据介绍，途牛的直播业务一开始就选择了去中心化的发展模式，孵化了多个针对不同目的地的垂直类账号，这也推动更多员工参与直播业务，解决了一部分内部员工的转型问题。

采访中，谈到未来，被访者不约而同地向记者表示会持续加大投入。

“随着游客出游信心的逐步恢复，基于途牛在休闲度假领域的优势，我们将在内容生产和直播过程中，更精准地把握用户需求的变化趋势，并以此不断推动产品和服务方面的创新，让途牛成为更懂粉丝的旅游平台。”途牛旅游相关负责人说。

携程直播相关负责人表示，在直播电商中，旅游并不是一个大品类。但在旅游行业中，直播是内容转化率相当高的一种内容格式。携程将在交易流量的加持下，通过日益强化的品牌力、丰富的产品创新力以及旅

浙江开化：

弥补导游缺口 党员干部带头考

□ 黎彦

“马金塘村的豆腐干制作技艺是衢州市级非遗项目，有100多年历史，一块豆腐可以做出几十种菜式。此外，这里还有著名的姚家宫灯，始于唐代，盛于宋元……”一个秋日的午后，浙江省衢州市开化县姚家源村村干部姚宏向来自浙江省内的考察团介绍当地的非遗资源。

姚宏是姚家源村人，主要负责村里的党建、工会等工作。近年来，随着全域旅游的发展，千年古村落姚家源村的知名度越来越高。由于导游对姚家源村的情况不是特别熟悉，包括姚宏在内的村干部就承担起了接待讲解工作。

建立直播矩阵

“途牛产品日直播、会员日直播以及常态化直播，加强了产品与用户的连接，打开了线上服务的新窗口。”途牛旅游相关负责人告诉记者，“不约可退”“过期自动退”等预订保障，则提升了用户黏性和互动性。

2020年3月，携程开启“BOSS直播”，携程董事局主席梁建章亲自下场，走进目的地、酒店带货，在业界引发关注，也开创了在线旅游企业高层直播带货的先河。2021年，携程直播全面升级，在原有基础上积极拓宽自身边界，实现直播平台化。

“全新的直播内容体系包含周三

BOSS直播、品牌日专场直播、商家直播、生态链个人直播等矩阵。”携程旅行相关负责人介绍，直播侧重于与旅游商户的深度结合，包含酒店、景区、航司、目的地、美食、向导等内容，也会兼顾用户的远期和即时旅游产品需求。截至2021年底，已有超3000家旅游商户入驻携程直播平台，开播场次超过1万场，覆盖目的地近300个。全年累计直播时长达3092个小时，超4.6亿人次观看。

“驴妈妈的直播、小视频业务主要是在疫情发生后才开始大力推动的，是为应对疫情挑战而推进的新业务

稳队伍促营收

“目前，途牛的所有主播都是由内部员工转岗的。他们之前有的是定制师，有的是旅游顾问、会员顾问，从未接触过直播业务，都是从零学起的。”途牛旅游相关负责人告诉记者，在整个转型过程中，员工们克服了很多困难，比如工作时间的变动，常态化的室内直播一般都是晚上，很多时候要持续到凌晨。“幸运的是我们披星戴月的努力已见成效。直播业务已经成为吸引和留存用户的新接口。”

作为携程“旅游复兴V计划”的重要组成部分，以及带动旅业产业链自救的重要举措，携程开播以来，以政企联动的目的地整合营销为着力点，助

力疫情之下的旅游商家和目的地加速回血。“对于参与直播的商家来说，通过携程直播间达成的销量实绩是商家选择持续合作的重要因素之一。”携程相关负责人说，数据显示，到2021年末，携程商家直播月订单量较年初增长350倍，商家直播引导GMV季度环比增长100%。在携程官方直播间下单的用户中，复购率达到51%。截至目前，全国超过80%的酒店品牌与携程BOSS直播有过合作经历，其中有超九成商家在携程直播中上架货品。44%的用户观看直播后在24小时内下单。

“2021年初，驴妈妈内部自行孵化了‘上海飞驴湾旅游文化有限公司’，开

未来持续深耕

‘冠军直播’‘益起寻美’乡村旅游系列等。”

驴妈妈方面表示，未来将持续发展个性化、多样化直播。无论是品牌宣传、种草、拔草，都将做到不遗余力。未来的直播矩阵账号，分不同品类、目的地，将各账号做垂直延伸，深耕不同用户人群。

有业者表示，随着越来越多从业者入局，旅游直播带货产品日益庞杂，出现了良莠不齐的情况。部分个人或直播平台存在产品质量低下、鼓

吹低价等现象，一些平台的核销履约环节不够规范，售后服务难以保障，不仅损害了消费者的合法权益，也对整个旅游直播行业造成伤害。

“针对目前市场上出现的一些问题，未来，携程将继续鼓励、促进内容平台与旅行服务平台在旅游直播领域的深度融合，发挥彼此优势，结合优秀的互联网基建能力、旅游服务能力等，以专业的解决方案服务好旅游直播的消费用户。”携程相关负责人表示，在规范的旅游直播制度下，携程将加大对专业化人才的关注与培养。只有良币驱逐劣币，才能更好地促进旅游直播规范发展。

始为企业创收。”驴妈妈相关负责人表示，驴妈妈联合抖音、快手等平台带货达人举办的直播，销量多次位居直播平台文旅类TOP3。探索直播业务是企业转型、寻找新增长极的需要。直播已成为驴妈妈布局的重要板块，希望借助新业务的探索、布局，留住更多行业精英，为市场复苏保留人力资源。

“直播场景的流量集中度高、下单爆发力强，对旅游企业而言，是拓宽销量、增加营收的重要渠道。尤其是在旅游淡季，直播成交量是商家‘囤粮’的有效方式。”飞猪旅行相关负责人分析，直播带货和“云旅游”也是疫情防控常态化下旅游品牌、旅游目的地与游客保持沟通和互动的方式，借助数字化的能力增加品牌知名度，为旅游市场复苏做好准备。

吹低价等现象，一些平台的核销履约环节不够规范，售后服务难以保障，不仅损害了消费者的合法权益，也对整个旅游直播行业造成伤害。

“针对目前市场上出现的一些问题，未来，携程将继续鼓励、促进内容平台与旅行服务平台在旅游直播领域的深度融合，发挥彼此优势，结合优秀的互联网基建能力、旅游服务能力等，以专业的解决方案服务好旅游直播的消费用户。”携程相关负责人表示，在规范的旅游直播制度下，携程将加大对专业化人才的关注与培养。只有良币驱逐劣币，才能更好地促进旅游直播规范发展。

全国特级导游曾文杰：

“只有变得更好才能更有底气”

□ 本报见习记者 唐伯依

“重启全国特级导游评选，不仅能激发导游的奋进精神，给大家明确一个努力的方向。”今年5月，上海中旅国际旅行社导游曾文杰获评全国特级导游，日前接受采访时，谈及这次时隔20余年后重新启动的评选，曾文杰仍然十分激动。

从头起步 不断蜕变

2000年大学毕业后，曾文杰入职上海中旅国际旅行社，成为一名英语导游。从实习期的单项接送服务，到上海世博会期间接待超过3200人次的重要贵宾团组，成为出境游领队兼导游……一路走来，曾文杰一步一个脚印，实现了蜕变。

曾文杰至今还记得实习期间与朋友合带的第一个团。那是一个30多人的美籍华人团，原本信心满满的他在带团过程中发现，当自己把提前准备的导游词背完后，就不知道该如何与游客交流了，甚至还出现了冷场、全陪导游提出要更换导游的情况，这件事情让曾文杰受到了不小的打击。他下定决心，要保持高强度的学习、不断地进行积累，一定要做到带团不尴尬、不冷场、不被问倒。

于是，只要有空闲时间，曾文杰就一头扎进上海博物馆的外文书店，阅读大量英文原版书籍。同时，他还很注重日常积累，比如留心电视和广播中每一个可能会被问到的知识点，把时事新闻和各地人文历史、风土人情融合在一起，掌握透彻。“带团时如果只讲解游客能够轻易检索到的内容，导游的可替代性就会变得很高，所以要输出一些有价值的信息，提高讲解吸引力。”曾文杰总结道。

有苦有甜 直面挑战

“人的一生就是不断成长的过程，只有掌握多种技能才能更好地应对可能出现的不确定情况。”2011年，曾文杰尝试改变，从入境导游转型为专门服务欧洲团的出境游领队。

狂风暴雨、火山爆发、大范围的航班延误……在做出境领队的那10年，曾文杰经历了很多困难。他深刻地意识到，在欧洲带团，自己就是团队的主心骨。

曾文杰曾接待过一位患有视神经脊髓炎的阿姨，出游前阿姨的女儿就提前联系曾文杰，告知病情。“阿姨有一定的视觉障碍，病情严重最终会导致失明，所以，她的心愿就是好好看看世界的风景。”曾文杰说，抱团伊始，他就跟其他团员讲好，请大家多多包容，并在行程中时刻关注这位阿姨，主动与她交流。“作为一名导游，我有义务将阿姨照顾好，但更重要的是让她感到舒适，而不是被当作病人对待。”在曾文杰的带领下，旅游团的氛围十分融洽，

那位阿姨对此行也非常满意。

“在欧洲带团，基本是一辆大巴游到底，司机不一定是当地人，对线路未必很熟悉，所以，身为领队的我必须提前把相关情况掌握清楚。”曾文杰买来书和地图，提前把行程中的每一个点位看熟、摸透，对每个细节做到了如指掌。

慢慢地，善于总结的曾文杰掌握了一些带欧洲出境团的技巧。比如在讲解过程中要加入一些历史事件，让每个知识点尽可能丰满起来。“面对中国游客，如果只讲公元1553年发生了什么事情，客人是没有概念的，因此要对比说明这一年是中国的哪个朝代。对外国游客同样如此，他们不清楚万历年间和康熙年间的区别，就要结合欧洲的历史进行讲解。”曾文杰举例道。

不负热爱 更进一步

曾文杰告诉记者，带欧洲出境团最忙的那段时间，他曾数次在旅程结束后于凌晨飞抵上海，四五个小时后再带团乘坐早班机离开。

高强度出差与倒不尽的时差曾是他工作的常态，然而即便如此，他仍然不断自我加压。“深夜回到酒店，我仍然坚持学习。变得更好、更优秀，才能更有底气、更有力量。”

2015年，曾文杰赴瑞典留学，这段留学经历让曾文杰有了很大改变。“带团时我能更好地站在全局的角度考虑问题了。比如，带团到欧洲某国，偶尔会听到第一次走出国门的游客抱怨‘不够繁华、与期望差异很大’等。这时，我就会告诉游客，到这个国家最重要的是感受古老的历史与文化。当我们走出国门看世界的时候，要抱着平等、包容的眼光去对待别国的差异性，而不是带有偏见地去贴标签。”

“看上去可能比较破旧，但当大家用步行的方式丈量这座城市，伸手触摸那些石制的墙体，就能感受到3000年前的文化与温度。”这是曾文杰带团时常对客人讲的话。做跨文化交流的桥梁，是曾文杰从业多年所追求的。

在曾文杰看来，作为一名全国特级导游，除了做好本职工作以外，更重要的是把老导游的精神内核传承下去。“大家都以更高的职业操守要求自己，向好的方向努力，才能吸引更多新人行，让他们感受到这个职业的价值，进而形成良性循环。”

曾文杰经常与刚入行的导游分享自己的带团经验，告诉他们要时刻保持良好的状态。“导游工作重复性很高。但对于游客来说，每天他们看到的风景却是不一样的。所以，导游要始终用谦虚、开放的心态，与不同的游客进行不同的互动，在看似枯燥的工作中找到乐趣。”

眼下，曾文杰对行业充满信心，时刻准备着重回岗位。“坚持自我、保有激情，这样在行业复苏时，我们才能用热情感染客人，才能获得更多认可。”



曾文杰在欧洲带团时留影 受访者 供图

● 获评感言

入行20年，我从不松懈，一直在努力。获评全国特级导游，倍感荣幸的同时，我深知责任重大，它将成为鞭策我不断进步的动力，激励我将老导游的专业精神传承下去。我要终身学习、持续成长，坚持自我、保有激情，为游客输出有价值的信息，提高游客对于导游服务的黏性，提升行业整体形象。

——曾文杰