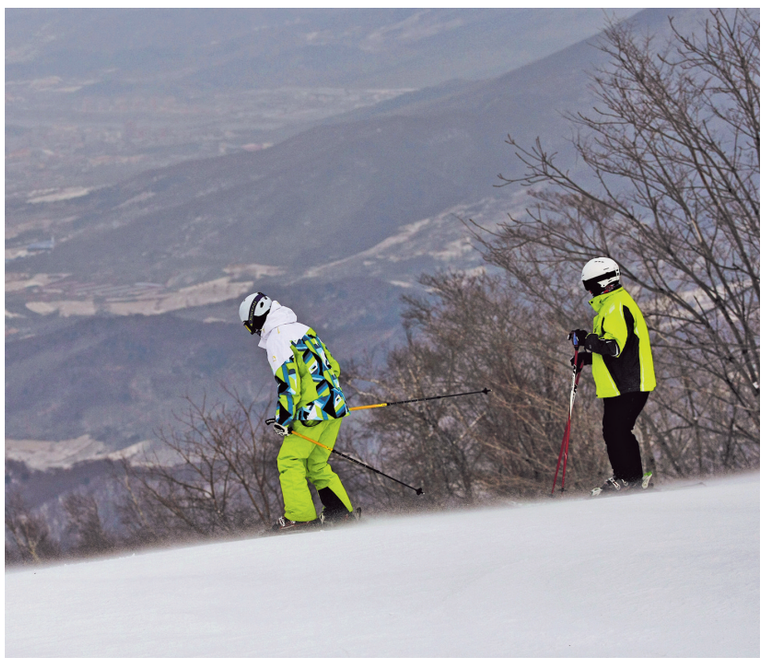
市场观察

客观研判市场 旅游企业备足冬季产品

□ 本报记者 张宇

“近期，上海到吉林长白山的包机基本满员。”“目前各项业务正在有序推进中，但游客对跨省旅游仍持谨慎态度”……随着疫情防控措施的进一步精准，业者开始着手准备跨省旅游产品。“旅游业长期向好趋势逐渐明朗，但跨省旅游全面恢复仍需要时间，游客信心恢复最关键，需要各地有关部门及业者共同努力。”有业者分析道。



游客在吉林万科松花湖滑雪场滑雪 本报记者 陈晨 摄

市场进入恢复周期

随着《关于进一步优化新冠肺炎疫情防控措施 科学精准做好防控工作的通知》《关于进一步优化新冠肺炎疫情防控措施 科学精准做好文化和旅游行业防控工作的通知》《旅行社新冠肺炎疫情防控工作指南（第五版）》陆续发布，各个在线旅游网站的冬季产品搜索及预订数据明显上涨。

近一周以来，在携程平台上，预订2022—2023雪季滑雪场门票的订单量环比上周增长403%，冰雪特色酒店订单量环比增长96%。途牛及马蜂窝站内相关目的地搜索及预订也呈现明显上涨趋势。文化和旅游部相关政策发布之后，11月16日，途牛旅游网浏览量较前一日增长161%，订单量增长132%，跨省旅游产品搜索量增长149%。马蜂窝平台上，近一周以来长白山等冰雪目的地的热度涨幅达到120%，并呈不断上升趋势。

“疫情防控二十条措施以及文化和旅游部、交通运输部有关旅游和民航、铁路等政策近期陆续发布，各地对这些政策的逐步落实将促进冬季旅游市场复苏。”上海春秋国际旅行社（集团）有限公司副总经理周卫红在接受采访时表示，“我们认为，相比去年，今冬跨省旅游需求会出现较大增长。目前，春秋航空上海到长白山航班基本满载，这也证明了冬季旅游需求尤其是冰雪旅游需求在上海市场上的旺盛。”

采访中，对于跨省旅游的长期向好，受访者给出了积极的预判。但对于今冬旅游市场的恢复程度、跨省旅游全面重启的时间，业者判断有所不同。

“我们在需求侧做了调研，游客对于跨省旅游仍持比较谨慎的态度，观望情绪明显，所以这个冬季，我们将继续围绕周边游开展工作。同时，为明春市场做好准备。”贵州省中国青年旅行社有限公司总经理朱曦说。

“目前，多数民众仍处于观望状态，游客信心的恢复是一个循序渐进的过程。”北京第二外国语学院旅游科学学院副院长邓宁认为，随着各地配套政策的落实，旅游业将走进复苏周期，冬季跨省旅游市场还是值得期待的。

产品已经调整到位

记者了解到，多地旅游企业已经备好了冰雪旅游产品，希望带给游客更多信心。

“冬季冰雪及温泉产品资源采购已经完毕，并做好向市场推广的准备。”甘肃兰神国际旅行社总经理裴建宏介绍，该社计划以敦煌产品预热冬季市场，目前正在与相关地州市进行衔接，只要市场达到恢复的标准，就会马上跟进。

“根据冬季市场出行特点，我们推出了具有相当市场热度的跟团产品以及自由行产品，如长白山滑雪、北海休闲度假自由行、福建霞浦跟团游等。”周卫红介绍，“我们还根据春秋航空航班以及新开航线，推出了张家口滑雪、威海线路产品等。另外，针对退休老年人的休养需求，围绕北海这样适合‘过冬’的目的地，推出了14天左右的‘候鸟式’冬季旅游产品。”

“提前布局跨省旅游市场，我们已经形成了具体的主题项目，不只有观光旅游产品，还有更多体验型产品。”朱曦透露，“例如，我们与一些乡村合作，基于前期的积累，推出了森林康养、温泉康养等产品。康养旅游是一个融合业态，我们能做的不仅是组织客源，还要参与到目的地打造中。”

“目前，‘跟着途牛玩江浙沪’‘跟着途牛去海南’‘途牛旅行大玩家’等直播间，正在主打‘酒店+X’打包套餐。其中，‘酒店+温泉’‘酒店+主题乐园’‘酒店+滑雪’产品的咨询量及预售情况较好，均为‘二次预约、不约可退’，部分产品设计了延续到2023年3月底的超长有效期。”途牛旅游相关负责人说，“今冬冰雪旅游消费的总体趋势逐步走高，我们重点布局‘住宿+滑雪+温泉’高品质冰雪游。”

“作为北京冬奥会后的第一个雪季，今年冬季冰雪游将迎来新热潮。尤其是吉林等传统冰雪城市11月陆续开板后，丰富多样的冰雪活动受到游客欢迎。南方游客的冰雪旅游热情也很高，近半个月以来，室内滑雪场的门票订单量环比提高超过30%。温泉及南方避寒游也较为热门。”同程旅行相关负责人介绍。

服务继续对标完善

11月18日《旅行社新冠肺炎疫情防控工作指南（第五版）》印发以来，旅行社正在调整相关产品及流程。

周卫红告诉记者，上海春秋已经在产品说明中更新了疫情防控的最新信息。预订时，不再咨询游客所在区域的风险等级，而是根据疫情防控指南第五版规定，要求游客提供出行前48小时核酸检测阴性报告、行程卡、绿色健康码。“我们仍然密切关注旅游目的地疫情防控措施，避免行程涉及高风险以及相关区域，并做好相关预案。若旅途中、目的地突发疫情，将根据实际情况适时安排游客进行核酸检测。”

“我们更新了‘全国安心出游出行指南’专页，用户可了解相关目的地的旅行产品。”携程旅行相关负责人告诉记者，近期，携程旅行将重点研发更多私家团、精致小团等小团产品，满足精准防疫要求的同时，以更高品质的服务吸引用户。

“在服务流程上，我们已经根据疫情防控指南第五版的要求进行了调整。”裴建宏说，“争取把细节做到完美、更加精细化，包括对导游的培训、用车的调整，给游客更多出游信心，在冬季及明年春季市场刷一波‘存在感’。”

近段时间，疫情在多地又出现波动，邓宁建议，降低组团规模，并且尽可能做到闭环管理。加强目的地疫情风险评估与研判工作，对边境、口岸城市旅游线路、产品，人流密度较高的旅游目的地等疫情风险较高的区域，减少发团和产品数量。在产品开发方面，努力做到特色化、场景化。针对老年人、儿童等客群，设计更多度假类、亲子类产品。

武汉、桂林推进文旅市场信用承诺制度建设

□ 本报见习记者 唐伯依

为贯彻落实《国务院办公厅关于加快推进社会信用体系建设构建以信用为基础的新型监管机制的指导意见》中关于“建立健全信用承诺制度”的相关决策部署，今年以来，湖北省武汉市、广西壮族自治区桂林市按照文化和旅游市场信用经济发展试点任务有关工作要求，以“完善信用承诺工作流程、打造信用承诺工作闭环、形成一套较为完备的信用承诺制度”为工作目标，在文化和旅游市场积极推行信用承诺制度。

针对以前旅行社许可办理周期长、手续相对繁琐等问题，武汉市文化和旅游局推行旅行社信用承诺许可制度，制定了《武汉市旅行社设立许可告知承诺制实施细则》《旅行社设立许可告知承诺书（样本）》，推出了旅行社许可告知承诺制，强化信用承诺约束。在总结旅行社信用承诺许可工作经验的基础上，武汉市文化和旅游局制定了《武汉市文化和旅游局推行涉企经营许可事项告知承诺制工作规程》，出台了《武汉市文化和旅游局关于推行文化和旅游行业信用承诺制的通知》，以“政府引导、企业自愿，行业自律、社会监督”为基本原则，规范文化和旅游信用承诺的5种类型和8个承诺内容，在文化和旅游行业推行信用承诺，进一步强化信用承诺信息应用，建立完善信用承诺管理制度。

武汉市文化和旅游局加强企业信用信息共享，及时将文化和旅游企业信用信息状况、信用承诺内容等按规定上传市信用平台，结合“双随机、一公开”市场检查的情况，将有关信用信息及时上传至省“双随机、一公开”检查平台。今年1月1日以来，武汉市文化和旅游局共推送信用信息989条、信用承诺书712份。武汉市文化和旅游局还对企业践诺情况进行检查，相关企业经营信用承诺许可后两个月内，行业监管部门依规定对申请人履行承诺情况进行检查，申请人实际情况与承诺内容不符的，责令其限期整改；逾期不整改或者整改后仍不符合条件的，依法撤销行政许可决定。今年以来，武汉市文化和旅游局共查出两家旅行社未及时履行承诺，目前1家正在整改之中，1家已整改完毕。

为推进文化和旅游市场信用承诺工作，桂林市文化广电和旅游局积极构建文化和旅游市场“承诺、示诺、践诺、监诺”和“一诺一码、公开公示、社会监督、违诺必究”信用承诺体系。

桂林市文化广电和旅游局起草了《桂林市文化旅游市场信用承诺管理办法》，按行业性质研究制定统一格式的信用承诺书，目前已经制定完成《桂林市歌舞娱乐企业信用承诺书》《桂林市上网服务企业信用承诺书》《桂林市旅行社企业信用承诺书》《桂林市导游带团信用承诺书》。

桂林市文化广电和旅游局门户网站搭建了“桂林市文化旅游市场信用信息共享平台”，围绕企业信用信息查询、信用承诺、信用公示、信用修复、信用服务、风险提示和导游信用等方面打造桂林市文化和旅游市场信用体系。目前，桂林市文化广电和旅游局已采集旅行社信用信息1921条、宾馆酒店信用信息2951条、上网服务场所信用信息276条，归集公示企业信用承诺书390多条、导游带团信用承诺书1800多份。

在旅行社服务网点，桂林市文化广电和旅游局推出了信用承诺可视化系统，各企业可生成独立二维码，制作统一规格的信用可视化门贴，在经营门店的显著位置张贴，推动实现文旅企业“亮信经营”、游客“扫码查信”“在线投诉”一体化发展。

海南逍遥民间国际旅行社：

“旅游生活综合服务商”是这样炼成的

□ 王赵洵

受疫情冲击，旅行社关停、员工转行的例子不在少数。与此同时，坚守下来的旅行社也在困境中艰难求生。面对种种挑战，近期，海口旅行社协会会长单位、海南逍遥民间国际旅行社（以下简称逍遥民间国旅）探索出了一条“旅游+生活”的新路子。

“旅行社的经营状况并不乐观。”逍遥民间国旅相关负责人王璐坦言，疫情发生后，他对于“困境”的感受更加深刻。“受到疫情冲击，旅行社的传统业务被大规模压缩，我们做传统旅游的团队由原来的100多人到现在只剩30人左右了。”

面对“寒冬”，逍遥民间国旅开始危中思变，寻求破题。他们发现，生活类的需求受到疫情影响最小，于是开始组织集团员工转战民生商品社群销售，积极对接岛内优质水果供应链，利用社群团购销售水果和海南特产，鼓励员工积极转型销售，保证了员工的基本收入。

王璐介绍，这么做的优势在于可以把旅行社作为流量入口，把旅行社的人流圈变成生活圈。旅行社对于旅游目的地的优质商品和土特产等比较熟悉，可以由导游全权采购、全员线上销售，以此来满足游客的消费需求。这样不仅可以增强与客户的黏性，更拓宽了营收渠道。尤其是逍遥民间国旅在全国7个热门旅游目的地设有地接分公司，可以销售当地的生活类商品。“夸张一点说，现在‘万物皆旅游资源’，把游客变成顾客，可以延长企业的产业链条，因此，旅行社要从旅行服务者变为创意者、策划者，进行更多元的产品开发，变旅游服务为文旅项目全案策划营销，让我们的客户群体以及合作伙伴变得丰富起来，跨界联合是我们生存下去的一条道路。”

2021年，逍遥民间国旅推出了一个综合生活类平台——“逍遥商城”。“这个商城是一个微信小程序，设计之初是想打造一个提供定制化、旅游碎片化服务的预订平台。后来，我们做了改进，增加了一些功能，平台可以卖水果、土特产、生活用品、食品等。员工可以把平台上的商品直接转发朋友圈，在各个社群进行销售。运营一年多以来，商城卖得最好的就是特色水果、特产，至今有300多万元的交易额。比如海南的椰子鸡、从湖南运来的阳光玫瑰葡萄，今年销量都很不错。至少通过这个平台，员工基本生活有了保障。”王璐说。

从“旅游服务商”到“旅游生活服务商”，只是逍遥民间国旅转型的第一步。王璐表示，未来，要继续把逍遥商城做好做大，全国在线销售人员要突破1万人。同时，精耕碎片化定制旅行产品，更好地服务线上旅客需求，实现C端游客可以直接通过商城平台预订各个目的地的旅游产品。“传统旅行社业务我们也不会丢，仍然会保持原有客户群体的‘高黏性’。疫情到现在，我们一直保持每周直播，带领游客‘云旅行’。此外，在产品研发上更加精准，以前我们以几十人的大团为主，现在三四人的小团越来越多。游客获取信息的渠道越来越丰富，旅游趋向散客化、小型化，游客需求也越来越精细化、多元化。旅游产品设计及销售模式都要与时俱进。”

全国特级导游徐鲁杨：

外语导游应当重视国情讲解

2019年，徐鲁杨游览日本宇治市世界文化遗产平等院 受访者供图

“贵国现在的确切人口是多少？能谈谈贵国的人口政策吗？”“能告诉我中国人的受教育状况吗？”“公园里那些老人看上去挺悠闲快乐的样子，他们的生活都有保障吗？”“你们的恩格尔系数是多少？”……1998年获评全国特级导游的徐鲁杨回忆，当年，她担任江苏海外旅游公司日语导游，接待外国游客时常常会面对诸如此类的问题，大到国家大事、小到百姓日常生活。

“20世纪末，改革开放的春风吹遍了大江南北，国内旅游市场迅猛发展，来华参观游览的外国游客逐渐增多。由于长期隔绝和一些不实宣传，不少人是带着疑虑，甚至是抱着要担风险的准备跨进中国大门的。”徐鲁杨说，由于外国游客在华游玩的时间比较短，接触的范围也相对有限，不大可能通过一次旅行完整地了解中国，往往只能形成一个大概的印象。因此，外语导游对国情的讲解就显得尤为重要。健康向上、真实客观、生动幽默的讲解能在外国游客心目中塑造一个美好的中国形象。

徐鲁杨深知，必须严格要求自己，在加强国情学习方面下苦功夫。每当接到新的外国游客接待任务时，她总是提前在讲解词中加入国情相关内容，力求为游客呈现一个蓬勃向上、充满生机的中国形象，一个自强不息、向往文明进步的民族形象。

“那时候，南京到扬州要三四个小时的车程。我特别珍惜这段时间，在引导外国游客欣赏沿途美丽风景的同时，也会讲一讲中国国情。听我讲国情的时候，外国游客可认真了，还时不时提问，讲解效果特别好。”徐鲁杨说，每次完成接待任务，她都会把客人感兴趣的话题收集起来，并在以后的工作中不断加强学习。

在长期的导游实践中，徐鲁杨把外国游客感兴趣的问题汇集成册，总结出了上百个常用知识点，涉及国情概况类、政治类、国民经济类、国民生活及社会一般类等多个类别。

此外，她还总结出了一套国情讲解的原则和技巧。她认为，外语导游首先要有一颗赤诚的爱国之心，要有强烈的民族自豪感和主人翁意识，在知识和信息的占有量上不断提升，要把握好准确性、政策性、针对性、客观性、相对性和共性，要善于运用举例法、对比法、反问法等多种方法进行讲解。

“很多外国游客回国以后会给我写信，和我分享这一段旅程的美好回忆，也会将自己在中国的所见所闻介绍给亲朋好友，或写成文章介绍给更多人，让我觉得自己的工作很有意义。”徐鲁杨说。

在40余年的职业生涯中，徐鲁杨历任江苏海外旅游公司日语导游员、江苏海外旅游公司南京中国国际旅行社副总经理、中国国旅（江苏）国际旅行社有限公司总经理等，见证了中国旅游业的发展和改革。从一线导游到旅游企业管理者，她始终坚持把国情讲解作为外语导游的一项必备素质和基本训练，引导一批又一批导游经过系统的培训和严格的考核，为树立中国旅游形象不断奋斗。

“改革开放赋予了我们这一代旅游人独特的幸福，即民间外交家的‘职业光环’。在很多外国游客眼中，他们是通过导游了解中国的。”徐鲁杨说，如今，随着改革开放不断深入，我国社会主义现代化建设的各项事业都在以前所未有的速度迅猛发展，以经济建设为中心，社会发生了一系列深刻变革，包括人们在思想观念上和价值取向上的诸多变化。这就决定了外语导游的再学习、再提高比以往任何时候都更加紧迫和重要，也决定了外语导游对国情的学习和把握不能一劳永逸，必须要做到经常更新，原有的知识也要随着社会发展和变化不断地充实更新。

徐鲁杨认为，大众旅游时代，虽然导游职业发生了翻天覆地的变化，但是加强国情知识的学习和培训仍有重要的现实意义，或许更有利于导游职业的健康发展。“要努力把外语导游人才留住，为大众提供更高水平的旅游服务，塑造我国旅游业整体形象，向世界讲好中国故事。”她说。

（本报见习记者 范朝慧）

湖北发布10条冬游精品线路

本报讯（程芙蓉）近日，湖北省文化和旅游厅在2022年湖北“村晚”“村游”示范活动启动仪式上，发布了10条荆楚冬游精品旅游线路。

这10条精品线路分别是：“踏雪寻梅、万种风情”武汉都市圈旅行线路（武汉、鄂州、黄石、黄冈）、“快乐襄随”襄阳随州旅游线路（襄阳、随州）、“红叶醉峡江”冬游三峡旅游线路（宜昌）、“温暖‘泉’世界 冬日康养之旅”旅游线路（咸宁）、“问道武当祈福康健”冬游武当文化旅游线路（十堰）、“蒸蒸日上”欢乐荆楚过大年旅游线路（仙桃、潜江、天门）、“满城尽显黄金甲”孝迎宾朋旅游线路（孝感）、“土家山寨唱新年”品味恩施旅游线路（恩施）、“冰雪奇缘”滑翔在华中屋脊旅游线路（神农架）以及“冬日烟火南国雪乡”冬游湖北全景旅游线路。

今年，在文化和旅游部组织的“筑梦冰雪·相伴冬奥”全国冰雪旅游10条精品线路的评选活动中，“冬日烟火 南国雪乡”冬游湖北全景旅游线路成功入选“北雪南展”线路。这条线路中，湖北的8处冰雪景区被北京冬奥组委列入中国滑雪目的地。

安徽旅游推介首站走进长沙

本报讯（记者 高慧）11月22日，由安徽省文化和旅游厅主办的2022年安徽文旅产品和项目推介会首站走进湖南长沙。安徽芜湖、池州、安庆、黄山四市文化和旅游部门相关负责人及湖南省重点旅行商和投资商代表、相关协会代表等参会。

会上，黄山、池州、芜湖、安庆四市代表围绕当地特色旅游产品进行推介，来自长沙的旅游达人“锅巴jh”分享了他眼中的安徽。

活动现场还推介了合肥市包河区圩美磨滩乡村振兴项目、黄山市黟县黄山书画小镇项目、六安市霍山县“三家村”文化旅游度假区项目、芜湖市繁昌区繁昌慢谷旅游度假区精品酒店项目、马鞍山市长江不夜城项目等优质文旅招商项目。会后，安徽、湖南两地的文旅企业代表进行了对接洽谈。

接下来，安徽省文化和旅游厅还将前往东北地区继续开展推介活动，深入推广“美好安徽，迎客天下”的旅游品牌形象。