

重启 向前 旅行社正在收获

——旅行社行业 2023 年年终盘点

□ 本报记者 张 宇 赵 鑫 唐伯依

入境旅游市场重启、旅行社业界不断创新向前,2023年对于旅行社业者来说,简单也不简单。简单的方向明确,趋势向好。不简单的是恢复过程面临重重挑战。因为入境游、出境游、国内旅游三大市场恢复速度、程度不同,都面临着如何适应新需求新变化的难题。但这难不倒全力以赴抢抓市场机遇的旅行社业者。这一年,在大多旅行社递上一份“同比大幅增长”的业绩报告中收官。

回顾2023年,入境旅游市场利好政策频频,业界充满信心;出境旅游市场重启,恢复速度逐步加快;国内旅游市场火爆,各个细分市场热热闹闹、红红火火。放眼2024年,旅行社业界将坚持稳中求进、以进促稳、先立后破,积极释放旅游消费潜力,推动旅游业高质量发展,为实现经济行稳致远贡献旅游力量。



2024

旅行社行业关键词

1 市场复苏发展

2023年注定是不平凡的一年。年初,伴随我国疫情防控工作平稳转段,旅游市场开始复苏,旅行社业者逐渐忙碌起来。

2023年2月6日,从广州、北京、上海、南宁等地出发的多个出境游首发团启程。首个香港入境游团队入境深圳南山区,内地居民与香港、澳门团队旅游经营活动恢复。至今回忆那日,仍有旅行社业者激动地说:“为了那天,我们等了3年多。”

在多数业者看来,在这样的关键期,政策指引显得尤为重要。在旅游市场复苏的队伍中,站在最前面的是在线旅游企业。2023年3月,文化和旅游部发布《关于推动在线旅游市场高质量发展的意见》,9次提及“数字

化”,既体现了监管部门对在线旅游企业的重视,也是对在线旅游企业的引导,希望在线旅游企业在推动行业转型升级和高质量发展过程中发挥积极作用。

2023年9月,为了帮助旅行社坚定信心、走稳复苏之路,文化和旅游部启动了2023年文化和旅游企业服务月;10月,全国旅行社高级管理人员培训班在乌鲁木齐开课,帮助企业早日走出困境。

2023年11月,文化和旅游部印发了《国内旅游提升计划(2023—2025年)》,从9个方面明确了30项主要任务,引导旅行社转型升级,实现质的有效提升和量的合理增长,更好满足广大人民群众多层次旅游消费需求。

4 入境旅游利好

2023年的最后两个月,对从事入境旅游业的业者来说,是欣喜而忙碌的。从11月17日2023中国国际旅游交易会上,“你好!中国”国家旅游形象精彩亮相,及一系列入境旅游便利措施集中发布,到12月1日,中国对法国、德国、意大利、荷兰、西班牙、马来西亚等6国持普通护照人员试行单方面免签政策实施、利好政策频频发布,为整个入境游市场注入强大信心和活力。有业者称,2023年11月系列利好政策的发布是入境旅游发展史上的一个里程碑。为此,旅行社纷纷加快业务布局,调整团队、赴客源市场调研,上新产品,加大推广力度。

不过,在市场加速回暖的同时,业界也清醒地认识到,受国际往來航班量提升、企业人才流失、行业产业链重构、海外游客出游意愿下降等因素影响,入境游市场复苏亦是循序渐近的过程。利好政策传导到终端消费者,形成大规模的有效需求需要时间,预计自由行人客入会首先出现增长,而在旅行社报团入境游的客源要到今年3、4月份才会有明显增长。

在业者看来,保持稳步持续向上的态势是入境游市场的理想状态,有助于入境游市场持续健康高质量发展。与此同时,业界呼吁,推动上下游产业链形成合力,共同破解航线、人才、营销等难题。推动入境游市场快速恢复,还需要做好体量与质量的平衡;在资源层面,需要与国内市场需求取得联动,这些都需要产业链上的参与者形成联动,共同努力。

过去一年,研学旅行频频出圈,尤其是暑假期间,更成为全社会关注的热点。研学旅行市场热度持续走高,中小學生成为绝对主力,热门目的地随处可见排队上学。

蜂拥而至的研学群体让一市场的供需矛盾更加突出,主要表现为两方面:一是游客需求和资源供给之间的矛盾,例如场馆景点预约难、酒店、用车、用餐资源紧张等。二是游客对专业产品的需求与行业高质量产品供给不足之间的矛盾。家长越来越愿意为高质量的产品买单,让孩子开阔视野,但优质的产品供给仍显不足。

有业者表示,疫情3年,整个产业链出现大洗牌,恢复仍需时间,尤其是研学旅游市场,因为接待标准不同于常规团队,恢复起来相对更难一点。此外,市场上的研学旅游产品仍然存在“游而不学”现象。还存在课程研发、设计及落地实施脱节,未能达到预期效果等情况。

作为教育事业的一种辅助方式,也是新兴的旅游细分市场,研学旅游应该得到更多关注,希望研学旅游产业链上的各方共同努力、畅通合作渠道,为孩子提供更多专业选择,让学生们的研学之旅更加温馨美好。

从需求端来看,研学旅游市场算得上是一片蓝海。在需求端的推动下,研学旅游市场正在经历大浪淘沙的过程,向着更加专业的方向发展。相信随着市场进一步成熟,整个产业链将逐步补齐,市场供给会更加完善。

2 规范市场秩序

市场秩序关乎旅游行业发展。2023年,旅游市场呈现复苏发展的良好势头,但“不合理低价游”等市场顽疾在一些地方又冒出头来,影响了旅游业整体形象。这一年,文化和旅游部系统规范经营行为、整治违规现象、提升服务质量,有效地维护了旅游市场秩序,为旅游业快速恢复创造了良好的市场环境。

2023年7月24日至10月31日,文化和旅游部文化市场综合执法监督局开展旅游市场秩序整治百日行动。全国各地累计出动市场综合执法人员76万余人次,检查旅行社、旅游团队、导游等共计32万余家(人次),办结旅游市场案件2400余件,有力打击了各类违法违规行为,维护了旅游市场秩序平稳有序。

2023年12月21日,文化和旅游部发布2023年旅游市场执法指导案例。案例共8个,针对“未经许可经营旅行社业务”“未经许可可经营出境旅游业务”“以不合理的低价组织旅游活动,诱骗旅游者,并通过安排购物或者另行付费旅游项目获取回扣等不正当利益”等市场顽疾,梳理相关法律法规,处罚违法违规者,规范市场秩序。

2023年12月9日,《旅游电子合同管理和服务规范》正式实施,聚焦旅游电子合同的适用范围、基本要素、操作规范、载体要求、安全保密等方面进行规范和统一,致力于推动旅游企业转型升级、保障旅游者合法权益、优化市场经营秩序,保障市场健康高质量发展。

2023年1月20日,文化和旅游部办公厅发布通知,宣布自2月6日起,试点恢复全国旅行社及在线旅游企业经营中国公民赴有关国家出境团队旅游和“机票+酒店”业务。这标志着受疫情影响,自2020年1月24日起暂停3年多的出境团队旅游和“机票+酒店”业务重启。

2023年2月6日,从国内多地出发的出境旅游团队陆续启程。

此后,文化和旅游部办公厅分别于3月和8月,发出相关通知,恢复旅行社经营中国公民赴有关国家和地区出境团队旅游业务。目前试点出境团队游国家名单已增至138个国家和地区,疫情发生之前中国公民较为青睐的境外旅游目的地已基本全部开放。

经历了五一、十一等假期之后,出境游市场恢复速度逐步加快,并且呈现诸多新趋势。国内游客更加关注境外目的地的安全及自然、历史、人文和生活体验。业界也根据需求做出了更具针对性的调整。

兴奋之余,业界也意识到面临的挑战:受国内外市场多重因素的影响,出境游市场的恢复无法一蹴而就。在这个过程中,航空运力保障、供应链重建、新产品设计等都是业者必须要迈过的“坎”。尽管仍面临挑战和不确定性,但随着出入境业务链恢复、航班运力提升,相信2024年出境旅游市场将迎来更好的发展。

分析过去一年以上市旅企实现扭亏为盈的原因,有两点值得关注:一是持续夯实优势,如同程旅行持续深耕非

3 国内旅游火爆

2023年,国内旅游市场依旧热闹非凡。积压3年的出游需求在这一年持续释放,周边游、跨省游、专列游、自驾游;家庭游客、亲子游客、老年游客……各个细分市场,细分客群无一例外都热热闹闹,红红火火。高开稳走成为市场最真实的写照。

文化和旅游部的统计数据显,2023年元旦假期,全国国内旅游出游5271.34万人次,同比增长0.44%,恢复至2019年同期的42.8%;实现国内旅游收入265.17亿元,同比增长4.0%,恢复至2019年同期的35.1%。春节假期,全国国内旅游出游3.08亿人次,同比增长23.1%,恢复至2019年同期的88.6%;实现国内旅游收入3758.43亿元,同比增长30%,恢复至2019年同期的73.1%。五一假期,全国国内旅游出游合计2.74亿人次,同比增长70.83%,恢复至2019年同期的119.09%;实现国内旅游收入1480.56亿元,同比增长128.90%,恢复至

2019年同期的100.66%。中秋国庆假期8天,国内旅游出游人数8.26亿人次,同比增长71.3%,较2019年同期增长4.1%;实现国内旅游收入7534.3亿元,同比增长129.5%,较2019年同期增长1.5%。

元旦、春节、五一、中秋国庆假期,旅游市场韧性十足、连续增长,主导了国内旅游市场全面恢复的基本格局。特别是五一假期,国内旅游出游人次、国内旅游收入按可比口径均超过疫情发生前水平,成为国内旅游市场全面复苏、转入常态化发展的转折点。

国内旅游仍然是旅游市场的主体,全面复苏向上的发展态势已经很明显,游客对旅游消费的品质化追求不断提升,追求个性与体验、消费内容更加多元。旅行社业者也清醒认识到旅游消费需求的变化。如何满足旅游者的需求是过去一年业者创新的重点,也将成为旅行社赢得未来市场的关键。

2023年,传统旅行社积极寻求跨界合作,通过“旅游+”,实现资源共享、互惠互利,提升企业竞争力。

跨界融合——传统旅行社积极寻求跨界合作,通过“旅游+”,实现资源共享、互惠互利,提升企业竞争力。

2023年,传统旅行社积极寻求跨界合作,通过“旅游+”,实现资源共享、互惠互利,提升企业竞争力。

2023年,传统旅行社积极寻求跨界合作,通过“旅游+”,实现资源共享、互惠互利,提升企业竞争力。

2023年,传统旅行社积极寻求跨界合作,通过“旅游+”,实现资源共享、互惠互利,提升企业竞争力。

2023年,传统旅行社积极寻求跨界合作,通过“旅游+”,实现资源共享、互惠互利,提升企业竞争力。

2023年,传统旅行社积极寻求跨界合作,通过“旅游+”,实现资源共享、互惠互利,提升企业竞争力。

2023年,传统旅行社积极寻求跨界合作,通过“旅游+”,实现资源共享、互惠互利,提升企业竞争力。

2023年,传统旅行社积极寻求跨界合作,通过“旅游+”,实现资源共享、互惠互利,提升企业竞争力。

2023年,传统旅行社积极寻求跨界合作,通过“旅游+”,实现资源共享、互惠互利,提升企业竞争力。

2023年,传统旅行社积极寻求跨界合作,通过“旅游+”,实现资源共享、互惠互利,提升企业竞争力。

2023年,传统旅行社积极寻求跨界合作,通过“旅游+”,实现资源共享、互惠互利,提升企业竞争力。

2023年,传统旅行社积极寻求跨界合作,通过“旅游+”,实现资源共享、互惠互利,提升企业竞争力。

2023年,传统旅行社积极寻求跨界合作,通过“旅游+”,实现资源共享、互惠互利,提升企业竞争力。

2023年,传统旅行社积极寻求跨界合作,通过“旅游+”,实现资源共享、互惠互利,提升企业竞争力。

2023年,传统旅行社积极寻求跨界合作,通过“旅游+”,实现资源共享、互惠互利,提升企业竞争力。

2023年,传统旅行社积极寻求跨界合作,通过“旅游+”,实现资源共享、互惠互利,提升企业竞争力。

2023年,传统旅行社积极寻求跨界合作,通过“旅游+”,实现资源共享、互惠互利,提升企业竞争力。

2023年,传统旅行社积极寻求跨界合作,通过“旅游+”,实现资源共享、互惠互利,提升企业竞争力。

2023年,传统旅行社积极寻求跨界合作,通过“旅游+”,实现资源共享、互惠互利,提升企业竞争力。

2023年,传统旅行社积极寻求跨界合作,通过“旅游+”,实现资源共享、互惠互利,提升企业竞争力。

2023年,传统旅行社积极寻求跨界合作,通过“旅游+”,实现资源共享、互惠互利,提升企业竞争力。

2023年,传统旅行社积极寻求跨界合作,通过“旅游+”,实现资源共享、互惠互利,提升企业竞争力。

2023年,传统旅行社积极寻求跨界合作,通过“旅游+”,实现资源共享、互惠互利,提升企业竞争力。

2023年,传统旅行社积极寻求跨界合作,通过“旅游+”,实现资源共享、互惠互利,提升企业竞争力。

2023年,传统旅行社积极寻求跨界合作,通过“旅游+”,实现资源共享、互惠互利,提升企业竞争力。

2023年,传统旅行社积极寻求跨界合作,通过“旅游+”,实现资源共享、互惠互利,提升企业竞争力。

2023年,传统旅行社积极寻求跨界合作,通过“旅游+”,实现资源共享、互惠互利,提升企业竞争力。

2023年,传统旅行社积极寻求跨界合作,通过“旅游+”,实现资源共享、互惠互利,提升企业竞争力。

2023年,传统旅行社积极寻求跨界合作,通过“旅游+”,实现资源共享、互惠互利,提升企业竞争力。

2023年,传统旅行社积极寻求跨界合作,通过“旅游+”,实现资源共享、互惠互利,提升企业竞争力。

2023年,传统旅行社积极寻求跨界合作,通过“旅游+”,实现资源共享、互惠互利,提升企业竞争力。

2023年,传统旅行社积极寻求跨界合作,通过“旅游+”,实现资源共享、互惠互利,提升企业竞争力。

2023年,传统旅行社积极寻求跨界合作,通过“旅游+”,实现资源共享、互惠互利,提升企业竞争力。

2023年,传统旅行社积极寻求跨界合作,通过“旅游+”,实现资源共享、互惠互利,提升企业竞争力。

2023年,传统旅行社积极寻求跨界合作,通过“旅游+”,实现资源共享、互惠互利,提升企业竞争力。

2023年,传统旅行社积极寻求跨界合作,通过“旅游+”,实现资源共享、互惠互利,提升企业竞争力。

2023年,传统旅行社积极寻求跨界合作,通过“旅游+”,实现资源共享、互惠互利,提升企业竞争力。

2023年,传统旅行社积极寻求跨界合作,通过“旅游+”,实现资源共享、互惠互利,提升企业竞争力。

2023年,传统旅行社积极寻求跨界合作,通过“旅游+”,实现资源共享、互惠互利,提升企业竞争力。

5 出境旅游重启

2023年,传统旅行社积极寻求跨界合作,通过“旅游+”,实现资源共享、互惠互利,提升企业竞争力。

2023年,传统旅行社积极寻求跨界合作,通过“旅游+”,实现资源共享、互惠互利,提升企业竞争力。

2023年,传统旅行社积极寻求跨界合作,通过“旅游+”,实现资源共享、互惠互利,提升企业竞争力。

2023年,传统旅行社积极寻求跨界合作,通过“旅游+”,实现资源共享、互惠互利,提升企业竞争力。

2023年,传统旅行社积极寻求跨界合作,通过“旅游+”,实现资源共享、互惠互利,提升企业竞争力。

2023年,传统旅行社积极寻求跨界合作,通过“旅游+”,实现资源共享、互惠互利,提升企业竞争力。

2023年,传统旅行社积极寻求跨界合作,通过“旅游+”,实现资源共享、互惠互利,提升企业竞争力。

2023年,传统旅行社积极寻求跨界合作,通过“旅游+”,实现资源共享、互惠互利,提升企业竞争力。

2023年,传统旅行社积极寻求跨界合作,通过“旅游+”,实现资源共享、互惠互利,提升企业竞争力。

2023年,传统旅行社积极寻求跨界合作,通过“旅游+”,实现资源共享、互惠互利,提升企业竞争力。

2023年,传统旅行社积极寻求跨界合作,通过“旅游+”,实现资源共享、互惠互利,提升企业竞争力。

2023年,传统旅行社积极寻求跨界合作,通过“旅游+”,实现资源共享、互惠互利,提升企业竞争力。

2023年,传统旅行社积极寻求跨界合作,通过“旅游+”,实现资源共享、互惠互利,提升企业竞争力。

2023年,传统旅行社积极寻求跨界合作,通过“旅游+”,实现资源共享、互惠互利,提升企业竞争力。

2023年,传统旅行社积极寻求跨界合作,通过“旅游+”,实现资源共享、互惠互利,提升企业竞争力。

2023年,传统旅行社积极寻求跨界合作,通过“旅游+”,实现资源共享、互惠互利,提升企业竞争力。

2023年,传统旅行社积极寻求跨界合作,通过“旅游+”,实现资源共享、互惠互利,提升企业竞争力。

2023年,传统旅行社积极寻求跨界合作,通过“旅游+”,实现资源共享、互惠互利,提升企业竞争力。

2023年,传统旅行社积极寻求跨界合作,通过“旅游+”,实现资源共享、互惠互利,提升企业竞争力。

2023年,传统旅行社积极寻求跨界合作,通过“旅游+”,实现资源共享、互惠互利,提升企业竞争力。

2023年,传统旅行社积极寻求跨界合作,通过“旅游+”,实现资源共享、互惠互利,提升企业竞争力。

2023年,传统旅行社积极寻求跨界合作,通过“旅游+”,实现资源共享、互惠互利,提升企业竞争力。

2023年,传统旅行社积极寻求跨界合作,通过“旅游+”,实现资源共享、互惠互利,提升企业竞争力。

6 企业业绩改善

2023年,传统旅行社积极寻求跨界合作,通过“旅游+”,实现资源共享、互惠互利,提升企业竞争力。

2023年,传统旅行社积极寻求跨界合作,通过“旅游+”,实现资源共享、互惠互利,提升企业竞争力。

2023年,传统旅行社积极寻求跨界合作,通过“旅游+”,实现资源共享、互惠互利,提升企业竞争力。

2023年,传统旅行社积极寻求跨界合作,通过“旅游+”,实现资源共享、互惠互利,提升企业竞争力。

2023年,传统旅行社积极寻求跨界合作,通过“旅游+”,实现资源共享、互惠互利,提升企业竞争力。

2023年,传统旅行社积极寻求跨界合作,通过“旅游+”,实现资源共享、互惠互利,提升企业竞争力。

2023年,传统旅行社积极寻求跨界合作,通过“旅游+”,实现资源共享、互惠互利,提升企业竞争力。

2023年,传统旅行社积极寻求跨界合作,通过“旅游+”,实现资源共享、互惠互利,提升企业竞争力。

2023年,传统旅行社积极寻求跨界合作,通过“旅游+”,实现资源共享、互惠互利,提升企业竞争力。

2023年,传统旅行社积极寻求跨界合作,通过“旅游+”,实现资源共享、互惠互利,提升企业竞争力。

2023年,传统旅行社积极寻求跨界合作,通过“旅游+”,实现资源共享、互惠互利,提升企业竞争力。

2023年,传统旅行社积极寻求跨界合作,通过“旅游+”,实现资源共享、互惠互利,提升企业竞争力。

2023年,传统旅行社积极寻求跨界合作,通过“旅游+”,实现资源共享、互惠互利,提升企业竞争力。

2023年,传统旅行社积极寻求跨界合作,通过“旅游+”,实现资源共享、互惠互利,提升企业竞争力。

2023年,传统旅行社积极寻求跨界合作,通过“旅游+”,实现资源共享、互惠互利,提升企业竞争力。

2023年,传统旅行社积极寻求跨界合作,通过“旅游+”,实现资源共享、互惠互利,提升企业竞争力。

2023年,传统旅行社积极寻求跨界合作,通过“旅游+”,实现资源共享、互惠互利,提升企业竞争力。

2023年,传统旅行社积极寻求跨界合作,通过“旅游+”,实现资源共享、互惠互利,提升企业竞争力。

2023年,传统旅行社积极寻求跨界合作,通过“旅游+”,实现资源共享、互惠互利,提升企业竞争力。

2023年,传统旅行社积极寻求跨界合作,通过“旅游+”,实现资源共享、互惠互利,提升企业竞争力。

2023年,传统旅行社积极寻求跨界合作,通过“旅游+”,实现资源共享、互惠互利,提升企业竞争力。

2023年,传统旅行社积极寻求跨界合作,通过“旅游+”,实现资源共享、互惠互利,提升企业竞争力。

2023年,传统旅行社积极寻求跨界合作,通过“旅游+”,实现资源共享、互惠互利,提升企业竞争力。

传统旅行社创新中谋发展

□ 姚延波 陈俊彤 王静文 魏伊宁

2023年,随着旅游市场回暖,旅行社行业逐步复苏。面对新需求、新市场,传统旅行社业走出了多条有自身特色的发展之路。其中有3个方面是业界探索较多的:数字化转型、跨界融合、个性化服务。

数字化转型——传统旅行社借助网络赋能向数字化转型,实现线上+线下融合发展。

数据显,截至2023年6月,我国在线旅行预订用户规模达4.54亿人,数字化服务成为旅行社的关键竞争力。传统旅行社纷纷加大数字化转型力度,通过构建在线平台、开发APP、运营小程序等方式提供便捷的线上服务。利用数字化技术,传统旅行社整合线下、线下的资源和渠道,实施精细化管理,企业竞争力得以提升。如中青旅信达联合签证中心在“数字+签证中心”下,实现了全国覆盖、24小时全天候服务。

跨界融合——传统旅行社积极寻求跨界合作,通过“旅游+”,实现资源共享、互惠互利,提升企业竞争力。

2023年,传统旅行社积极寻求跨界合作,通过“旅游+”,实现资源共享、互惠互利,提升企业竞争力。

2023年,传统旅行社积极寻求跨界合作,通过“旅游+”,实现资源共享、互惠互利,提升企业竞争力。

2023年,传统旅行社积极寻求跨界合作,通过“旅游+”,实现资源共享、互惠互利,提升企业竞争力。

2023年,传统旅行社积极寻求跨界合作,通过“旅游+”,实现资源共享、互惠互利,提升企业竞争力。

2023年,传统旅行社积极寻求跨界合作,通过“旅游+”,实现资源共享、互惠互利,提升企业竞争力。

2023年,传统旅行社积极寻求跨界合作,通过“旅游+”,实现资源共享、互惠互利,提升企业竞争力。

2023年,传统旅行社积极寻求跨界合作,通过“旅游+”,实现资源共享、互惠互利,提升企业竞争力。

2023年,传统旅行社积极寻求跨界合作,通过“旅游+”,实现资源共享、互惠互利,提升企业竞争力。

2023年,传统旅行社积极寻求跨界合作,通过“旅游+”,实现资源共享、互惠互利,提升企业竞争力。

2023年,传统旅行社积极寻求跨界合作,通过“旅游+”,实现资源共享、互惠互利,提升企业竞争力。

2023年,传统旅行社积极寻求跨界合作,通过“旅游+”,实现资源共享、互惠互利,提升企业竞争力。

2023年,传统旅行社积极寻求跨界合作,通过“旅游+”,实现资源共享、互惠互利,提升企业竞争力。

2023年,传统旅行社积极寻求跨界合作,通过“旅游+”,实现资源共享、互惠互利,提升企业竞争力。

2023年,传统旅行社积极寻求跨界合作,通过“旅游+”,实现资源共享、互惠互利,提升企业竞争力。

2023年,传统旅行社积极寻求跨界合作,通过“旅游+”,实现资源共享、互惠互利,提升企业竞争力。

2023年,传统旅行社积极寻求跨界合作,通过“旅游+”,实现资源共享、互惠互利,提升企业竞争力。

2023年,传统旅行社积极寻求跨界合作,通过“旅游+”,实现资源共享、互惠互利,提升企业竞争力。

2023年,传统旅行社积极寻求跨界合作,通过“旅游+”,实现资源共享、互惠互利,提升企业竞争力。

2023年,传统旅行社积极寻求跨界合作,通过“旅游+”,实现资源共享、互惠互利,提升企业竞争力。

2023年,传统旅行社积极寻求跨界合作,通过“旅游+”,实现资源共享、互惠互利,提升企业竞争力。

2023年,传统旅行社积极寻求跨界合作,通过“旅游+”,实现资源共享、互惠互利,提升企业竞争力。

2023年,传统旅行社积极寻求跨界合作,通过“旅游+”,实现资源共享、互惠互利,提升企业竞争力。

2023年,传统旅行社积极寻求跨界合作,通过“旅游+”,实现资源共享、互惠互利,提升企业竞争力。

2023年,传统旅行社积极寻求跨界合作,通过“旅游+”,实现资源共享、互惠互利,提升企业竞争力。

2023年,传统旅行社积极寻求跨界合作,通过“旅游+”,实现资源共享、互惠互利,提升企业竞争力。

2023年,传统旅行社积极寻求跨界合作,通过“旅游+”,实现资源共享、互惠互利,提升企业竞争力。

2023年,传统旅行社积极寻求跨界合作,通过“旅游+”,实现资源共享、互惠互利,提升企业竞争力。

2023年,传统旅行社积极寻求跨界合作,通过“旅游+”,实现资源共享、互惠互利,提升企业竞争力。

2023年,传统旅行社积极寻求跨界合作,通过“旅游+”,实现资源共享、互惠互利,提升企业竞争力。

2023年,传统旅行社积极寻求跨界合作,通过“旅游+”,实现资源共享、互惠互利,提升企业竞争力。

2023年,传统旅行社积极寻求跨界合作,通过“旅游+”,实现资源共享、互惠互利,提升企业竞争力。

2023年,传统旅行社积极寻求跨界合作,通过“旅游+”,实现资源共享、互惠互利,提升企业竞争力。

2023年,传统旅行社积极寻求跨界合作,通过“旅游+”,实现资源共享、互惠互利,提升企业竞争力。

2023年,传统旅行社积极寻求跨界合作,通过“旅游+”,实现资源共享、互惠互利,提升企业竞争力。

2023年,传统旅行社积极寻求跨界合作,通过“旅游+”,实现资源共享、互惠互利,提升企业竞争力。

2023年,传统旅行社积极寻求跨界合作,通过“旅游+”,实现资源共享、互惠互利,提升企业竞争力。

2023年,传统旅行社积极寻求跨界合作,通过“旅游+”,实现资源共享、互惠互利,提升企业竞争力。

2023年,传统旅行社积极寻求跨界合作,通过“旅游+”,实现资源共享、互惠互利,提升企业竞争力。

2023年,传统旅行社积极寻求跨界合作,通过“旅游+”,实现资源共享、互惠互利,提升企业竞争力。

2023年,传统旅行社积极寻求跨界合作,通过“旅游+”,实现资源共享、互惠互利,提升企业竞争力。

2023年,传统旅行社积极寻求跨界合作,通过“旅游+”,实现资源共享、互惠互利,提升企业竞争力。

2023年,传统旅行社积极寻求跨界合作,通过“旅游+”,实现资源共享、互惠互利,提升企业竞争力。

2023年,传统旅行社积极寻求跨界合作,通过“旅游+”,实现资源共享、互惠互利,提升企业竞争力。

2023年,传统旅行社积极寻求跨界合作,通过“旅游+”,实现资源共享、互惠互利,提升企业竞争力。

2023年,传统旅行社积极寻求跨界合作,通过“旅游+”,实现资源共享、互惠互利,提升企业竞争力。

2023年,传统旅行社积极寻求跨界合作,通过“旅游+”,实现资源共享、互惠互利,提升企业竞争力。

2023年,传统旅行社积极寻求跨界合作,通过“旅游+”,实现资源共享、互惠互利,提升企业竞争力。

2023年,传统旅行社积极寻求跨界合作,通过“旅游+”,实现资源共享、互惠互利,提升企业竞争力。

2023年,传统旅行社积极寻求跨界合作,通过“旅游+”,实现资源共享、互惠互利,提升企业竞争力。

2023年,传统旅行社积极寻求跨界合作,通过“旅游+”,实现资源共享、互惠互利,提升企业竞争力。

2023年,传统旅行社积极寻求跨界合作,通过“旅游+