

欢欢喜喜过大年

“尔滨”热度延至春节 旅行社收客忙

□ 本报采访组

“从近期的产品预订情况来看,‘尔滨’的热度已经持续到了春节假期。”在翻看春节产品预订情况数据时,有旅行社业者发出了这样的感叹。来自 OTA 和传统旅行社的预订数据显示,春节期间涌入哈尔滨的不仅有国内游客,还将有入境团队。一头是“尔滨”更盛的风光,另一头是正在忙着收客的旅行社。此时,有业者提出了3个问题:面对迷上“尔滨”的游客,旅行社的春节产品能跟上吗? 游客需求更多样了,旅行社的服务是否到位?“尔滨”热度还将持续,接下来的产品研发怎么做? 就此,本报采访组采访了多地旅行社业者,了解他们如何做足准备,在红红火火的春节氛围里,让游客拥有更欢喜的旅程,让市场迸发出更强劲的活力

热度更旺盛 产品跟上了吗?

“以前一到春节假期,我们北方人多数想携家带口到南方度假,今年不同,哈尔滨太火了,孩子一放假就提议去哈尔滨过春节。”虽然离春节还有几周时间,但北京游客郑女士一家已经确定了春节出游计划,在她看来,春节跟其他假期不同,除了游客外,还有集中返乡探亲的人群,所以越是热门的地方,票越是不好买、酒店越是不好订,这个时候跟团游更有保障。

在查询产品时,郑女士发现,虽然哈尔滨的线路,各旅行社年年有在推,但今年明显更丰富了。比如,北京神舟国旅门店就推出了从2000多元到7000多元不等的产品。除了看雪地烟花外,还安排了年味饺子宴、俄式家庭餐,有的线路里还有最近很火的“花棉袄拍照”项目。“看着行程单,我们恨不得马上出发。”郑女士笑着说。

事实上,旅行社的产品设计和调整是一项较为复杂的“工程”,涉及产业链上的方方面面。有业者向记者透露,早在去年“尔滨”刚火时,他们就推测到这波热潮会有较强的延续性,便开始与资源方、批发商合作,策划相关春节线路,如此才能满足像郑女士这样习惯提前下单的客群。

在途牛平台上,春节团期的东北冰雪游产品自去年国庆后就开始预订了。目前,东北方向的春节团期产品预订已达到高峰。同程旅行平台上,哈尔滨稳居游客最关注的春节假期旅游目的地。除了传统的冰雪游产品外,红色旅游场馆也受到游客关注。携程数据显示,春节哈尔滨产品订单同比增长超14倍。

以“尔滨”为中心,产品覆盖整个东三省,也是春节假期产品的一个特点。湖南中铁国际旅行社推出的春节东北地区产品,包括冰雪+美食、+民俗、+演出等多种类型。截至目前,销量较去年同期增长60%。“我们还与东北多家雪场合作,推出了雪票+温泉票、+周边酒店等碎片化套餐产品,吸引更多年轻游客。”该社副总经理丰敬东介绍。

厦门建发国际旅行社集团有限公司推出的“赴一场冬日的冰雪之约”东北旅游产品,既有哈尔滨一地游,也有哈尔滨+长白山、+北极漠河雪国列车游等系列产品。“产品以私家小团为

主,吸引众多游客自驾车游东北、列车游东北,乐享滑雪等乐趣。”该公司产品计调事业部总经理林昕说,“此外,我们推出了除东北以外更多的国内滑雪线路产品,如山西滑雪、崇礼滑雪、庐山赏雪等,以及‘晋’享中国年、安徽过大年等一系列充满中国年味的产品,为游客春节旅游提供多样选择。目前,市民正在踊跃报名中。”

需求更多样 服务到位了吗?

“这几天有一位客人特意跟我分享,她在看到哈尔滨市民给台湾游客送姜茶时的心情。她说,一下子就被当地人的质朴感动到了,特别想带孩子去看一看。”神舟国旅集团市场部总监史涛说,哈尔滨人实实在在的热情感染了全国各地的游客。以前客人这个时间段去东北主要是为了赏雪、滑雪、玩雪,而今年不同了,所有火爆网络的项目,客人都想打卡,最主要的就是想体验被“宠”的感觉。而旅行社此时要做的就是设法提供和哈尔滨这座城市相匹配的满足式服务。

1月22日8时30分,一个前往黑龙江漠河北极村的亲子研学团从广州白云机场起飞,开启6天行程。一路上,广东“小醒狮”被“宠爱”着。餐食方面,优先安排特色菜;住宿方面,优先安排亲子套房及“风景美宿”;交通方面,优先选择广州直航或动车出行;行程方面,特意加入了博物馆、游乐园等亲子打卡点,满足孩子“游中学、玩中学”的需求。

作为“沸点”景区之一,哈尔滨冰雪大世界已经有了霸屏全球互联网之势,由此也吸引了不少境外游客。

“前不久,我们接待了一个由越南客人组成的人境旅游团,到哈尔滨开展7天冰雪之旅。”史涛介绍,有一位客人一机出机场就迫不及待跟导游确认,是否安排了逛冰雪大世界、去中央大街吃烧烤的行程。他说,从视频上看哈尔滨特别美,作为从未见到过雪的“南方人”,他太向往了。

史涛告诉记者,近期,他们接待的人境旅游团多数以定制游为主,客人的需求非常精准,计划性也很强,预计春节假期还会有东南亚入境团到哈尔滨体验中国年味。此外,还将有更多自由入境游客到中国感受龙年春节的热闹,他们也有可能希望旅行社提供更专业的碎片化服务。



近日,黑龙江哈尔滨中央大街上,一座生肖龙雪雕即将完工,吸引不少游客“打卡”拍照。

“我们刚接待了到哈尔滨旅游的新加坡游客,发现入境游客人愈发看重服务品质,尤其在餐饮方面,既想体验本地特色美食,又对用餐环境有较高的要求。在行程方面,除了打卡,他们更注重对本地民俗文化的了解。”途牛华北及东北业务负责人李胜文说,他们正在进一步做服务精细化调整,满足春节假期来华旅游客人的需求。

“市场越细分,消费越精准,旅行社越应该做好专业服务,从每一个细分经营点来获利,而非只卖大而全的产品。否则很难从这波流量红利中获得自己想要的那杯羹。”哈尔滨旅游协会旅行社分会秘书长李馨强说。

延续更持久 行程备好了吗?

随着春节脚步临近,新春即将来临。届时,哈尔滨乃至东北三省都会卸下冰装,但在不少业者看来,哈尔滨依然有望延续当下的热度。于是,他们开始筹备春季产品。

多次到哈尔滨踩线的春秋旅游副总经理周卫红,近期准备再抽几天时间到哈尔滨来趟“短平快”的旅行。

“我想看看哈尔滨还有什么特别的资源可挖掘,计划参观哈药六厂,在哈尔滨中央大街公馆1903酒店入住;我也想看看像圣阿列克谢耶夫教堂、果戈里书店、秋林公司等还没有那么热的点位,是否可以从人文历史的角度,找出更多上海游客感兴趣的内

容。”周卫红说。

她认为,围绕哈尔滨,还可以研发更多小众、个性化的深度玩法。当下哈尔滨的走红,虽叠加了多方面因素,但冰雪仍是核心因素。“网红”打卡点主要集中在冰雪大世界、中央大街等。其实,哈尔滨的人文故事特别丰富,在享受冰雪游的快乐之余,很适合城市漫游,收集那些散落在城市中的历史碎片。”旅行社就具备将城市故事、点位、酒店串联成线的能力,让不同需求的游客享受不同的旅程。”周卫红说。

“眼下,哈尔滨春节出游热度已经逐渐起来了,我们要把擅长的资源整合能力发挥到极致,让行程设计更加合理,让客人在有限的时间里能有更多更好的体验。”史涛认为,下一步,旅行社可以更多地关注春夏秋冬三季哈尔滨乃至东北的美,跟哈尔滨的相关部门和有关机构深层次合作,也可以采取多地联游的方式,以不同主题开发更多独有的优质线路吸引游客。

采访中,桂林唐朝国际旅行社总经理周晓光提醒,即便春节入境游市场的焦点依然是哈尔滨,但业界也不可盲目乐观,因为入境客群仍主要来自周边东南亚国家,对于欧洲等远程市场而言,哈尔滨乃至东北地区的开拓任务依然很重。

(采访组成员:王玮 张宇 李金枝 高慧 陈熠瑶 统稿:赵垒)

愈发明显。中旅旅行相关负责人告诉记者,为此,他们不断创新旅游产品和服务,开发具有特色的旅游线路,例如推出了中东非、中亚等地,包含沙特、巴林、卡塔尔、高加索等目的地在内的旅游产品。此外,还可以根据游客需求提供个性化的定制服务。

针对出境游热门方向,途牛主推“8人纯玩团:普吉岛机票+当地玩乐6日游”“新加坡—马来西亚5日游”“新加坡5—7日自由行”等产品。欧洲方向则针对冰岛、芬兰、挪威、瑞典等北欧国家的极光资源,推出了“冰岛深度8日游”“芬兰、冰岛9—11日游”“冰岛—北欧3国9日游”等打包产品。

能否在假期预订到性价比高的产品是消费者关心的事。针对亲子遛娃、温泉泡汤、暖冬避寒等主题,携程推出了一批酒店优惠产品,部分酒店连住3天及以上可享受7折优惠。同时,携程还联合全国上百家酒店推出年夜饭“订餐送房”特惠,其中不乏五星级酒店。

“春秋旅游提早开展优质、经典资源的洽谈、采购,使春节产品仍具有一定性价比。同时持续创新,继续做大、做好短途以及上海本地旅游市场。截至目前,春秋旅游已上线了近3000款产品。”春秋旅游副总经理周卫红告诉记者,如将文博场馆加入春节本地旅游产品中,满足游客城市漫游需求;推出“年夜饭+住宿”套餐,聚焦长三角和本地市场,满足不同规模的家庭团聚;推出“镜头里的龙年味”主题摄影游,让摄影爱好者定格龙年春节记忆等。

优秀导游风采

第五届全国导游大赛铜牌导游员获得者刘珊珊

呈现河南最美的一面

□ 本报记者 唐伯依

“希望今后有越来越多游客来到河南,在我和同行们的带领下了解河南、爱上河南。”谈及未来,河南中游行国际旅行社导游刘珊珊满怀期待。在去年举办的第五届全国导游大赛上,在导游词创作与讲解环节,刘珊珊获得了97分,在全场名列前茅,给现场评委和观众留下了深刻印象,最终获评铜牌导游员。

当导游对于刘珊珊来说,不单是一份工作、一种职业,还满载着讲好家乡故事的执着与情怀,是割舍不下的坚守与热爱,更是愿意孜孜不倦为之长期奋斗的事业。

平时业务须过硬

“今天我们要去哪里呢?小朋友们,我们来玩一个指鼻子的游戏。我来说线索,如果你猜到是哪里,就用手指你的小鼻子。线索一是吉林,线索二是最深,线索三是火山。好啦,我已经听到了正确答案,今天要去的就是长白山天池。”在第五届全国导游大赛导游词创作与讲解环节,刘珊珊抽到的题目是“家庭团游吉林长白山天池”。

按照大赛规定,选手进考场后才能抽题,随后要在90分钟内查找资料、撰写讲解词,并熟记于心。拿到题后,刘珊珊首先分析了团队特点,快速搜罗脑中“知识库”,将自己擅长讲解的文化内容与长白山的自然风光相结合,思考怎样的讲解才能抓住游客的心,针对家长和孩子设计了不同的导游词。

“为了吸引小朋友的注意力,我设计了指鼻子游戏,点出长白山是最深火山湖的特点。同时,以两个传说故事引入长白山的形成过程。当然,也要兼顾家长需求,让讲解言之有物、落到实处。挖掘客人感兴趣的点,以虚实结合的手法进行讲解,是获得高分的关键。”刘珊珊总结道。

刘珊珊坦言,比赛现场,讲解词创作准备时间并不长,所以还要靠平时积累。“从入行开始,我就秉承一个信念,业务必须过硬。把团带好、把素材积累好,才能慢慢形成自己的讲解风格,与客人形成良性互动。”

业务水平的提升离不开刘珊珊坚持了20多年的好习惯。好记性不如烂笔头,从上大学起,她就不停地在笔记本上抄录、收集各类素材,包括历史事件、文化典故、旅游知识,以及各种文博类题目的讲解词。“只要对讲解有用的内容就会记下来。导游是杂家,多学些东西总有一天会用到的。”刘珊珊说。如今,A4纸大小的笔记本她已经记满6本。笔记本随身携带,有时间就会拿出来翻看。

去年,除了将近90天的参赛、备赛外,刘珊珊的带团时间超过250天。长时间的一线带团经验,是她在赛场上稳定发挥的底气。“只有和游客在一起,才能更好地融入行业。”她说。

让孩子更感兴趣

作为一位母亲,刘珊珊发现,孩子上初中以后,历史课本中有很多图片展示了出自河南二里头遗址的文物。“但孩子们走进博物馆却并不认识它们,也不知道要看什么,更不知道重点在哪。”这让刘珊珊对于导游工作有了新的想法。

在旅行社策划河南博物院研学课程时,刘珊珊积极参与,以河南博物院的九大镇馆之宝作为主线,设计了《豫见国宝》研学课程。

“给孩子设计课程最重要的一点是要用他们听得懂的语言讲。”作为这个研学课程的“主讲人”,刘珊珊给九大镇馆之宝起了新名字。比如,将贾湖骨笛称作“会唱歌的骨头”,将兽面乳钉纹铜方鼎称为“大胃王”,将妇好鸮尊称为“战神传说”。“孩子们一看到标题就很有兴趣,愿意探究文物背后的故事。”

“大家来看,这就是‘会唱歌的骨头’——贾湖骨笛,看似简单的笛子,其实还蕴含着数学原理。为什么这样说,你们看,笛孔的间距都是等分的,孔洞的篆刻位置经过了精密计算,

古人是不是很聪明?”在河南博物院,一群孩子紧紧围在“珊珊老师”身边,认真地听讲解,生怕漏掉关键内容。

讲解前,刘珊珊还准备了文物标签“盲盒”,让孩子们挨个抽取,等她讲解结束后,再由孩子讲解自己选到的文物。“孩子们很乐于分享自己学到的知识。”

为了讲好九大镇馆之宝,刘珊珊已经记不清楚跑过多少次河南博物院了。单是准备课程讲解,就翻阅了将近30本博物馆方面的书籍,准备了将近30页的资料,这还是“浓缩”后的版本。在刘珊珊看来,“想要讲好骨笛,就不能只讲骨笛,对陶埙、排箫等古乐器的历史也要有所涉猎”。

“我们的工作就是帮孩子找到课本上的知识和现实中的文物千丝万缕的联系,帮助他们找到兴趣点,了解更多历史知识。”刘珊珊说。

不遗余力“宠”游客

近段时间,刘珊珊接了很多小包团、私家团。她发现,客人的个性化需求更多了,对于知识型、精讲型导游有了更多期待。“这也鞭策我们不断学习。”刘珊珊说。

“导游代表的是旅游目的地的整体形象,好的讲解能够给外地游客留下良好印象。我希望通过我和同事的讲解,把河南更美的一面呈现给游客。可能不少游客对河南的印象还停留在农业大省,其实河南还是文化大省、文物大省,是宝藏省份。”提到家乡,刘珊珊总有讲不完的话。

到河南旅游,少不了到少林寺观看功夫表演。每到这时,刘珊珊总会被问“少林寺功夫真的这么神奇吗?”为了更好地解答客人们的问题,刘珊珊专程拜师学习了少林寺的养生功法——八段锦。“亲身经历说话才有底气。”她说。

通常,刘珊珊的讲解是从问题开始的。比如,八朝古都开封是否真如张择端笔下的清明上河图一般?除了龙门石窟、应天门、洛邑古城、白马寺外,还有哪些传说?洛阳铲的名字是怎么来的……“以洛阳铲为例,我会从洛阳铲的命名、使用,引入到洛阳近期火热的古墓博物馆,这样大家也不会觉得突兀。总之,尽可能地让游客全面了解河南。”为了让游客在听讲解时有更为直观的感受,刘珊珊专门买了把洛阳铲的模型放在包里。“宠”游客这件事,刘珊珊不遗余力。

如今,刘珊珊也参与“传帮带”和导游工作室方面的工作。“想要将河南的故事讲得更为立体生动,需要更多优秀的导游汇聚力。希望有越来越多的优秀导游,讲好自己美丽的家乡。”



刘珊珊(图中讲解者)给研学团的学生讲解 受访者 供图

春节假期游客最爱南北“串门”

□ 本报记者 张宇

出游主题突出

采访中,记者了解到,2024年春节假期出游主题突出。国内市场,北方冰雪、南方避寒“南北互换”趋势愈加明显,冰雪、温泉、美食、年俗等主题成为游客热门选择。

携程数据显示,“南北居民互换过年”的趋势明显。“截至目前,三亚、昆明等北方游客喜欢的城市,春节假期旅游订单同比增长分别超2倍、6倍。”携程相关负责人说。

众信预订数据显示,春节假期,国内冰雪游热度创下新高。东北地区定制产品、自由行产品、冬令营滑雪产品咨询量居高不下。来自同程旅行等企业的数据显示,滑冰、滑雪等冰雪体验项目以及各类冰雪观光项目,受到游客较多关注。温泉游也是热门出游主题之一,我国东南沿海以及东南亚的海岛游同样受到用户关注。

以花灯、庙会、集市为代表的传统年俗项目成为国内春节出行的另一个主旋律。“特色民俗体验、非遗表演、庙会灯会、新年祈福等传统年俗活动,近年来尝试与潮流文化结合,对年轻人的吸引力与日俱增。”马蜂窝相关负责人介绍,“亲身融入当地日常生活让年轻人乐此不疲。在哈尔滨除了玩冰雪大世界,去红专早市品尝地道美食也是必体验项目。美食众多且年俗活动丰富的广东地区是国内游首选目的地。”

入出境游增长

根据目前的产品预订情况,有业

产品供给充足

如今,消费者需求多元化的趋势