

美术馆里赏童趣画展，看儿童剧《灰姑娘》

“果然有好戏”暑期戏剧节人气爆棚

“果然有好戏”暑期戏剧节又上新了！8月16日（周六）下午，山东美术馆一楼开幕式大厅里人气爆棚。伴着充满童趣的音乐，几名身着戏服的演员俏皮演绎，逗得观众哈哈大笑。山东省话剧院经典儿童剧《灰姑娘》在此精彩上演。距离舞台仅几米的观众区，小朋友、家长坐得满满当当，有的干脆直接坐在地上观赏。

记者 孙远明 片/韩小梅

这是“果然有好戏”暑期戏剧节第三场，携手山东省话剧院走进山东美术馆，让市民游客在美术馆浓厚的艺术氛围中，近距离感受戏剧的魅力。此外，“童心多奇妙——首届山东省少儿美术展”正在山东美术馆同期展出，624件充满童趣与创造力的少儿作品，与这场别开生面的儿童剧相映成趣。“静态画展、动态戏剧”的搭配，给现场和屏幕前的观众带来了双重艺术体验。

山东美术馆数据显示，当天入馆人数超8000人次。活动在线下表现火热，现场引发近千人围观。线上热度非常高，此次直播

通过齐鲁壹点App、齐鲁晚报·果然视频抖音号、齐鲁晚报视频号及新浪、百度等商业平台同步直播。据不完全统计，全网观看总人数超80万人次。

儿童剧《灰姑娘》改编自安徒生经典童话，讲述了灰姑娘在逆境中坚守善良与诚实，最终在仙女帮助下摆脱困境、拥抱幸福的故事。表演中，演员们将角色演绎得丰富饱满：继母的刻薄刁难、姐姐们的娇纵蛮横、灰姑娘的温柔坚韧，都通过细腻的表演传递给观众。

近距离的演出打破了演员和观众的界限，观众能清晰看到演员的表情和动作，互动环节更是点燃了全场热情。当灰姑娘的



破旧衣裙瞬间变成白色舞裙时，台下小朋友们发出阵阵惊呼；当公爵给姐姐们试完鞋子要走时，小朋友急得大喊“还有灰姑娘”；还有不少现场的“小公主”走上台，和王子一起跳舞……孩子们完全沉浸到了剧情里，有的还跟着剧情念叨：“加油，灰姑娘！”当神仙姐姐接到白雪公主的电话，要去逛万象城商场时，如此和其他童话及生活场景的巧妙结合，连在场的家长也都乐得沉浸其中了。

“我看得特别认真，我很喜欢灰姑娘和王子，我下次还要看。”5岁的刘子墨小朋友看完说道。59岁的赵伟弘来自陕西，曾

做过教师，趁着暑期带孙女到济南游玩，当天计划了山东博物馆、山东美术馆打卡行程，碰巧遇到了“果然有好戏”暑期戏剧节亲子专场的活动。“孙女和我都感到惊喜，一直在馆里看完。”赵伟弘说道，这是他第一次看到话剧与美术两种艺术形态的跨界融合，对孩子们来说是一堂很生动的美育课，是课本上学不到的。

“果然有好戏”云演艺空间是山东数字文化集团、齐鲁晚报·齐鲁壹点在山东省文化和旅游厅指导下，联合山东各艺术院团共同打造的一档直播栏目。栏目自2024年3月在超3000万粉丝

的齐鲁晚报·果然视频抖音号上开播，目前已走进全省20余家演艺院团，每一场直播都亮点纷呈。今年7月，“果然有好戏”正式推出“暑期戏剧节”，在直播的同时携手各院团走进线下景区、文博场馆，给市民游客带来看戏剧、逛景区、赏非遗等多重体验，“线上弹幕飞舞、线下叫好一片”，收获各方好评。



扫码看直播回放

暑期出境游，旅行社“高质”占主角

年表现比较稳定。

明显表现不达预期的是东南亚。嘉华旅游执行总经理韩世杰告诉记者，许多游客对东南亚旅游难以放心，加上直飞航班减少，赴东南亚游客明显减少。不过，在此背景下，东南亚旅游在价格上极具性价比，有的旅行社依然迎来数个“百人团”，“但相比往年，游客总数依然少了很多。”

记者采访发现，在旅行社的视角下，“两极分化，毛利降低”是今年暑期出境游的最好总结。

韩世杰用“一高一低”总结了暑期出境游的整体特征。康辉旅游集团山东国际旅行社有限公司出入境中心总经理李强则总结为“两极分化严重”：“一个是高性价比的产品，一个是高客单价的小包团、定制团，这两类占据了主流。”

相比不少旅行社在暑期的“滑铁卢”，山东康辉在暑期出境业务的成绩相当不错，从出团数量、营业收入上都实现了增长。但解立强坦言，相比往年旅行社毛利下降了不少，“往年旅行社毛利率在8%到10%之间，今年大概是5%。”

“5%”这个数字似乎成为了全行业的共识，多家旅行社的毛利均在这个数字附近徘徊。有旅行社负责人告诉记者，一方面是

行业现在竞争激烈，另一方面，许多客户在要求价格不能上涨的同时，对产品品质的需求也在提升，这都影响了旅行社的毛利表现。

市场涌现新玩法

今年暑期，出境游市场还涌现了一些新玩法。去哪儿网发布的暑期预测报告指出，出境游“中转”机票预订同比增三成，便宜又能多玩一地的“超长中转”机票产品，成为暑期“有闲有假”大学生的旅游新选择。

这一现象在记者采访中得到了验证。曾经，飞机中转时间过长是件令人头疼的事。但当下，有的“超长中转”机票比直飞价格更低，去哪儿旅行数据显示，暑期部分出境中转机票比直飞要便宜四成左右，优势明显。

“现在一些时间不紧张的团体游客‘什么便宜订什么’。以我们暑假一个团为例，中转机票比直飞可以便宜几百元，整个团就能省下一万多元，他们就会把这笔预算用在提升酒店、餐饮，或者增加游玩景点等方面。”一位旅行社负责人告诉记者。

在不少游客眼中，“超长中转”不仅省钱，还能在中转所在城市小玩一圈，颇具性价比。北京一家国际旅行社就推出了“卡

塔尔多哈转机游”，只需4个小时便可打卡多哈世界杯体育场、卡塔拉文化村、珍珠岛等多个主要景点，一天有早晚两班行程可供选择。还有人在社交平台上专门分享了上海-迪拜-布拉格的购票游玩攻略，根据攻略购买航班将在迪拜停留约20小时30分钟，可轻松安排一日游。

此外，今年暑期，小众目的地也成为了不少游客的选择，但对旅行社的业务刺激不明显。韩世杰介绍：“像巴尔干的游客也有，但是没有想象中那么火。”记者采访了解到，对旅行社而言，开发小众目的地产品的成本居高不下，收客少无法摊薄成本，网红小众目的地的真实质量也参差不齐，均导致了大多旅行社对小众目的地的兴趣不太浓厚，仅有小部分定制团成团。

旅行社如何在市场中突围

旅行社的暑期出境游如何在市场中突围值得思考。不过，各家旅行社普遍认为，目前国内游客出游热情依然很高，市场蛋糕依然够大，关键在于怎么做才能分得更多。

陕西中国旅行社有限责任公司党委书记、执行董事、总经理高卓指出，当前旅行社需要从

具体业务上“腾笼换鸟”，从管理上“涅槃重生”。

解立强告诉记者，如今散客的生意并不好做，老客户依然是旅行社业务的“基本盘”：“旅行社的核心就是服务。坚持做好服务才能做好品牌，赢得市场。”

因此旅行社要不断探索、创新管理模式。近年来，瞄准高端研学游的山东新东方文旅除了在产品上“够硬”，还将带队导游全部培养成了专业的旅拍摄影师。在今年暑期的韩国团中，带队导游为客人拍下了许多高质量的、有纪念意义的照片，并在客户群中一天一发。此举作为整体服务的一环，收获了广泛好评。

同时，旅行社在旅游市场中的资源优势依然明显，关键在于如何与客户形成有效的连接。“旅行社在机票、酒店等价格上都有优势，行程安排也更加合理，极大避免了游客‘踩坑’。”上文中的资深旅行社从业者表示，“我在和部分客户交流中发现，虽然不少客户认为自己安排行程节约了费用，但是最后算下来其实比找旅行社花钱更多。”

而在业务上，随着大量的入境免签政策落地，入境游市场显著增长。旅行社可继续发挥服务优势，做好国际游客的地接业务，或可在风口上找到新的利润增长点。



超长的暑期是长线出境游的集中时期。8月行至中旬，对于各大旅行社而言，暑期成绩单已基本确定。记者采访济南多家旅行社了解到，暑期出境游有亮点也有遗憾，旅行社下一步如何在市场中突围值得思考。

记者 张宇宁

“两极分化，毛利降低”

暑期出境游哪里最热？济南多家旅行社异口同声地指出：日本、欧洲。

济南一位资深旅行社从业者介绍，日本的旅游资源比较丰富，服务意识强，迎合了当下游客的“情绪价值”需求。从游客的反馈来看，赴日游客普遍满意度较高，投诉率较低，而且整体价格不贵；而价格较贵的欧洲近些年