



疫情为多数行业按下了“暂停键”，甚至让很多行业面临着生存危机。今年3月28日，济南市文化和旅游局发布《关于恢复旅行社及在线旅游企业部分经营活动的通知》，拉开了济南旅游业复工的序幕，然而旅游行业全面复苏仍需时日。

业务停摆期间，房租要付、员工工资要发，很多旅行社都在经历最困难的时期。济南一家旅行社在苦练“内功”，等待“春天”的同时，也在积极探索“自救”之道。



疫情之下展开“自救”，刘洋所在旅行社卖起了夏装。

带头朋友圈卖货自救，参加直播培训抓住新风口 旅行社经理“变形记”

文/片 齐鲁晚报·齐鲁壹点
记者 任玉停

艰难时刻： 1000多万的退改订单 如潮水般涌来

6月24日早8点，北京众信悠哉国际旅行社有限公司（下称“众信旅游”）山东分公司副总经理刘洋第一个来到办公室。面对空荡荡的办公区，她有些感慨，以往这个时候，本该是旅行社的春天，也是生意最红火的时候，她也应该和同事忙着设计开发新的旅游路线，但目前的状况是，业务几乎全部“停摆”，账上“只出不进”。

放在半年前，这样的局面是刘洋意想不到的。“去年10月份，众信旅游入驻济南，短短两个月的时间，我们就发展了93家门店，仅春节期间订单就达到了800多单，流水1000多万元。”刘洋回忆道，惊人的发展速度也引发业内关注，然而正当他们摩拳擦掌准备继续拓展市场的时候，却因为疫情遭遇了前所未有的困境。

“1月27号，我们突然收到通知，所有旅游人员禁止出境。如何通知所有的消费者，要和目的地供应商协商，要去和航空公司交流……总的来讲，初始阶段找不到方向，有点不知所措。”刘洋说，启动退改签服务后，短短几天，1000多万元的退改订单如潮水般涌过来，工作量一夜之间涨了近10倍，她和同事手机每天都响个不停。

对于已经出发的客人，无论境内游、境外游，刘洋所在的公司都要求根据客人出发时间、返回时间、目的地、随行人数等信息整理出表格，每天按时联系他们；尚未出行的订单，要第一时间通过微信、电话联系地接社与航空公司协商，能全额退款的都全额退款，能延期的也尽量给顾客提供合理选择。“在这一过程中，我们也遇到有顾客不理解的情况，有时一通电话就得打一个小时。”

“疫情为各行各业按下了‘暂停键’，但是对于旅行社，‘暂停’并不代表‘关停’。事实上，我们有着大量的后期工作需要处理。”众信旅游集团有限公司副总裁杜政泰表示，仅处理退改订单、核损相关事宜，他们就花费了将近三个月时间。

积极自救： 转行“微商”卖货 销售滞销农产品

“努力，才是人生的态度。”这是刘洋的微信签名，或许多年后回想起来，她也不会忘记2020年上半年自己走出的要紧几步。

“疫情期间，业务归零，没有收入是面临的最大困难。”刘洋介绍，疫情发生至今，公司一边抽空完善企业培训和未来发展计划，一边积极探索“自救”措施。3月初，众信旅游发起了“众信严选”项目。

“简单讲，就是卖货，主要销售境外和国内旅游目的地的商品和土特产。”刘洋介绍，众信旅游的主营业务是出境游，有着海外购物渠道优势，另外总部在全国都有分公司，掌握各地优质商品和特色农产品资源，“我们把这些资源汇集在一起，由各地的员工负责对接采购当地的特色产品，由旅行社品牌背书，在线上及门店销售。”

而这个线上销售的渠道就是员工的朋友圈，通过销售产品，员工可以赚取部分佣金。“开始决定（做微商）的时候很多员工不理解，质疑我们到底是不是旅行社了，怎么开始卖东西了。还有的员工对微商还有些抵触，觉得天天在朋友圈‘吆喝’，有些‘没面子’。”刘洋告诉记者，但是员工在家都没事干，收入没保证，尤其是对于加盟店来讲，每个月还要支出一大笔房租，“必须让大家先生存下来”。

刚起步时，洽谈供应商、对接采购部门、培训员工，这个80后女经理要从早上8点忙到晚上11点。记者翻看她的朋友圈，每天都至少会发10种商品链接。“我必须带头卖货，这样才能带动大家”。

在商品选择上，旅行社也发挥了原有的境外包税港优势，上架了不少海外化妆品、泰国乳胶垫床垫、日本药妆等，



在“众信严选”内部交流群里，几乎每天都会新的产品上线。

“这些新举措都是为了员工生存”。刘洋感慨，疫情打破了传统思维定势，倒逼着公司上下实践新思路，他们还通过朋友圈帮助农民销售了滞销农产品，其中济南章丘的羊角蜜、甜瓜短短几天就销售出去四五千斤。

在刘洋看来，销售当地特产为旅行社带来的效益远不止眼前的微薄进账，她看中的是特产对当地旅游的宣传作用。“特产是一张推介当地旅游资源的名片，也成为打开未来旅游市场发展潜力的钥匙，我们希望在增加员工收入的同时，向国内外游客宣传推介济南旅游资源，为疫情过后的旅游业兴旺做准备。”

蓄力待发： 进行短视频培训 推出“落地游”项目

“旅游直播时代已经来临。”24日下午1点，刘洋趁着午休时间，一边观看手机上的直播培训课程，一边对记者说道。

解决了自身生存问题，众信旅游聚焦主业，重新审视旅游市场，于今年2月份成立了一家MCN公司，专门孵化直播网红，邀请了数位直播网红达人，定期对内部员工进行直播带货以及短视频平台运营培训。

刘洋主动报名参加了这期培训。“朋友圈属于私域流量，私域流量是有限的，一个门店店长面对的最多只有几千个客户，同时还有同行的激烈竞争。但直播面对的是全国客户，潜在客户群体是无法预计的。”刘洋说，“但是怎样抓住直播经济的风口，这也是目前我们着力突破的地方”。

受疫情影响，长途旅游低迷，但省内近郊游、城市周边游、乡村生态游、短线自驾游成为假期旅游热点。游客个性化、品质化、体验化旅游需求旺盛，也让刘洋从中看到了“生机”。

为了满足疫情之下客户的旅游价值新诉求，刘洋和同事们推出了“落地游”项目。据刘洋介绍，所谓的“落地游”，就是不包含出发地至目的地之间的往返交通，只包含到达目的地后的接送站、食宿、景区门票、导游服务的旅游形式。

“旅游总的来说还是非常刚需的一件事。我们有信心一起走出疫情。同时这也是个契机，倒逼我们走出‘舒适圈’，我们也会练好‘内功’，和我们的供应商和门店合伙人等待经济的恢复，等待旅游需求的反弹。”杜政泰表示。



出院后去向有眉目了！ 74岁孤寡老人 有望入住福利机构

文/片 齐鲁晚报·齐鲁壹点记者 程凌润

连日来，齐鲁晚报·齐鲁壹点持续关注济南退休老人常广为74岁孤寡老人高长清垫付1万元押金并全天陪护的事情。高长清老人入住福利机构的事情目前有眉目了。

6月10日下午4点半左右，常广在小区门卫处发现高长清老人身体不适，于是赶紧将老人送至医院治疗。其间，常广不仅为老人垫付了1万元押金，还义务做起了24小时护工，帮老人清理身体、换洗衣物、注射流食。

报道刊发以后，阿里巴巴天天正能量联合齐鲁晚报·齐鲁壹点于6月22日为常广颁发天天正能量特别奖及1万元奖金。“这个钱我一分也不能要，这个钱得用在他身上。”常广得知自己获奖的消息以后，一连说了好几遍“不能要”，还说要用在给高长清老人治病上。

6月24日上午，高长清老人出院后入住福利机构的事情也有了新进展。“上午9点多的时候，（春苑里）居委会、（市中区）民政局、（济南市社会）福利院的工作人员来医院看望老人，说是他（高长清）能进（济南市社会）福利院了。”常广兴奋地说道。

6月24日晚上8点，记者再次见到高长清老人时，他已经能够扶着栏杆站立起来，精神面貌也好多了。“他现在能慢慢吃点东西了。”常广说，高长清老人的身体恢复得越来越好，不过啥时候出院要根据老人身体恢复的情况。“出院的时候，他需要检查血常规、乙肝等，还要做胸透。”

据济南市市中区杆石桥街道办事处春苑里居委会相关负责人称，按照相关程序，民政部门以及福利机构要对老人的情况进行实地调查。“入住福利机构的程序一直在走着，高长清老人也填写了相关的表格。”该负责人称，各部门之间一直在协调高长清老人入住福利机构的事情。

“材料是昨天送过来的，现在已经审核通过了。”济南市社会福利院相关负责人称，高长清老人在出院以后是可以入住福利机构的，不过要看老人的身体恢复状况，还要看相关的检查结果。

“谢谢，谢谢你们让我出院以后能有个好去处。”高长清老人非常感谢齐鲁晚报·齐鲁壹点帮他协调解决入住济南市社会福利院的事情。

假期表心意金饰受青睐 端午金饰价格破“五”

本报济南6月25日讯（记者 王丽）“金饰品一克500多元了，价格破‘五’了。”一位黄金饰品导购员告诉齐鲁晚报·齐鲁壹点记者，端午节假期，虽然有促销活动，但是有的知名黄金饰品品牌价格已经破五百元每克了。6月25日，记者在济南市区多处品牌金店看到，不少市民趁着假期挑选金饰品表心意。

“金价稳中渐升，特别保值，趁着假期有空，买一个金镯子送给老母亲，表达一下心意！”市民张女士告诉记者，平时忙于工作，未能多陪伴父母，此次端午节就带着母亲来挑选金首饰，表达内心对于母亲的感恩之情。

6月25日，记者走访了周大福、老凤祥、老庙等多个品牌的黄金饰品专柜，发现部分品牌金饰价格已经突破500元/克。在二环东路附近一家大型商场，周大福品牌金饰品价格为522元/克，因为端午节假期，每克优惠40元促销。“比春节之前价格上涨了七八十元吧。”导购员告诉记者，但因为促销优惠力度比较大，来咨询和购买金饰品的消费者比往常多一些。

文化东路附近一家品牌金店销售人员表示，近半年金饰品价格基本都处于上涨阶段，消费者也会赶在假期优惠力度比较大的时间段购买青睐的金饰品。

“端午节，古代又称女儿节，我准备给女儿买一条金项链，作为女儿步入成年的贺礼吧。”市民王先生打算为女儿买一条金项链，给女儿一份惊喜。