



## ■没有游客的旅行社

作为受疫情影响最严重行业之一,旅行社成为“复工困难户”。在没有放开跨省游、出境游的情况下,“半复工”状态的旅行社仍在咬牙坚持,可是持续“入不敷出”的窘境使旅行社陷入了迷茫。

那么,疫情给旅行社的冲击有多大?如何拯救旅行社呢?未来旅行社的发展趋势又是什么?

### ■延伸阅读

只要3322元全国随意飞一年

## 为促销,各大航空公司拼了

随着国内疫情防控形势的好转,因疫情而沉寂多时的机票市场出现了新的现象级产品,多家航空公司推出不限次数飞行套餐,受到市场热捧。

3322元,全国随意飞一年!你没听错,六月中旬,中国东方航空公司推出一款“周末随心飞”产品,购买之日起到2020年12月31日,都可以在任意周末,不限次乘坐东航和上海航空的航班,飞往除港澳台以外的国内各大城市。产品一经推出,线上购买渠道就被挤爆。虽然在使用说明中明确了很多限制条件,但依然挡不住消费者的热情,有网友还称之为“异地恋的福音”,甚至有人一次性购买十套,再以高价转手卖出。

你方唱罢我登场,海南航空7月1日预告,将于本月6日推出“海航随心飞”产品,适用于集团旗下12家航司,两千多元的售价

在宣传时还卖起了关子,让人猜不透究竟是2099元还是2999元。华夏航空也在近期推出了“2999任意飞”产品,卡塔尔航空更是开出“空白机票”,最低499美元环游世界。

一场疫情逼得各大航企放下身段,采用各种营销策略直面大众。一些航空公司开启打折促销模式,往乘客账号中发放优惠券。在飞机无法起飞的时间里,各航司还努力拓展副业,开始“花式”自救之路。春秋航空进军电商,董事长亲自带货卖机票。

深圳航空做起了文创产品,把枕头眼罩带进直播间,立志打造自己的独有品牌。四川航空摇身一变,成了疫情期间最“麻辣”的飞机,推出家用火锅套餐,最低200多元包邮到家,厦门航空还为返工之后没有食堂的企业开通了企业团餐定制服务。

央视

## 个性化定制旅游四年增长123%

疫情的负面影响正在倒逼旅游行业转型升级。事实上,近两年旅游行业正在发生一些变化,旅游者、旅游方式、旅游需求、旅游渠道、产业链条都在变。在经过20年的蓬勃发展之后,个性化定制化旅游方式正在涌现。

近五年,得益于居民可控生存资本的提升和心态的转变,旅游相关企业年注册量不断上升,2019年年注册量达到33.8万家,较四年前增长109%。旅游业发展了这么多年,不少人发现自己的口味越来越刁钻,游山玩水不够,要去南极探险;景点打卡太土,偏偏要深入当地体验土著生活……早在前几年,就有商家看准了风向,乘上了定制旅游的大船,企查查数据显示,我国目前有2044家定制旅游相关企业在业存续的企业有1759家。近来的定制旅游服务更是做得风生水起,2019年

相关企业注册量达到417家,较2015年上升了123%。

定制旅游企业不仅仅集中在旅游出发地,更多则处于旅游目的地,海南、贵州、甘肃等拥有地貌民俗特色的省份更受定制旅游的欢迎。旅游者可以自己任意安排出行时间,入住自己喜爱的酒店,乘坐自己喜好的车辆,想去哪就去哪,真正做到随心所欲。这种模式弱化或者去除了中间商,给旅游者带来最个性化的服务,同时成本也多基于经验和策划,因此定制旅游相关企业的注册资本多集中于500万元以内,占据了总量的67%。

定制旅游作为介于跟团游及自助游之间的一种旅游模式,使得以跟团游或自助游产品为生存根本的企业开始认知到自身产品中存在的不足以及可改进的方向,半标品化或是值得业内思考和改进的一个方向。澎湃

## 暴雨防范手册

### 应急公开课

主办单位:山东省应急管理厅

暴雨会带来短时强降水或连续性降水,当降水量超过城市排水能力时,就会形成积水,导致城市内涝,给人们生活、出行带来不利影响,造成房屋水淹,诱发交通事故,甚至威胁生命。

#### 居家安全

遇到强降雨导致城市道路积水时,尽量不要外出,在二层以上的室内避险,并注意收听收看应急信息和气象预警。如果处在地势低洼地区,或积水开始漫进室内,可在门口放置挡水板、沙袋。

#### 行人安全

1.发生城市内涝,却不得不外出或紧急转移时,要远离河道和地势低洼区域,避免靠近地下通道等。

(来源:国家应急广播)

容易积水的地方,远离建筑工地的临时围墙、不牢固的临时建筑等。

2.不要贸然涉水,避免由于井盖被冲走导致坠井。不得不涉水行走时,一定要仔细观察,避开漩涡、喷涌的水流。有条件的话,找来棍棒、结实的长柄雨伞等作为探路工具。

3.涉水行走时,如果找不到探路工具,应向前撑开双臂,并将重心放在后脚上,前脚伸出,用脚尖左右扫动并向下轻踩,确认前方是实地后再一步步前行。万一踩空,身体下坠时,两只伸开的手臂可以架在井口,防止身体被深井吸人。

4.涉水行走时,如果多人结伴,后者可以抓紧前者裤腰部位,前脚虚,后脚实地跟随着前进。前者如发生情况,后者可以第一时间将前者拽住,避免滑倒或坠井。

(来源:国家应急广播)

# 日子越过越紧 不是一天造成的

疫情加速行业洗牌,眼下还需政府、社会、企业三方合力



旅行社需要转型升级,切实提供有深度的产品、有温度的服务。

齐鲁晚报·齐鲁壹点  
记者 程凌润 于悦

### 大型旅行社集团化发展 中小旅行社做成“专卖店”

“旅行社要生存发展,关键在于产品和服务升级。”山东嘉年华文化国际旅行社有限公司董事长张明说,旅行社日子越过越紧的局面不是一天造成的,也并非今年才出现,只是因为新冠肺炎而愈加明显,旅行社要扎实研究市场需求,切实提供有深度的产品、有温度的服务,吸引有黏度的客户。

“目前,国内旅行社市场还不成熟,散、小、弱,经过一段时间的严冬,则会加速整合。”张明分析道,新冠肺炎疫情将让这个行业“洗牌”,大型旅行社要向集团化方向发展,做长产业链,中小旅行社要向专业化方向发展,做成“专卖店”,小型旅行社可以考虑成为大中型旅行社的分销商加盟店,节省质保金、房租、人力成本等,依托大旅行社的品牌、产品和管理,可以获得更多客源,业务和收入更有保障。

张明称,旅行社的整合可以让市场相对集中,更加规范有序,可以减少零负团费、强迫购物等现象;不愿加盟大中型旅行社的小旅行社也可以自由组合,形成类似律师事务所的合伙人架构。同时,旅行社解决现金流问题要引进合作伙伴,最重要的是选择既有资金又有资源的伙伴合作。

“建立企业产品合作为基础、产业链合作为方式、利益合理分配为主导的共建共享合作共赢的发展方式。”山东旅游职业学院党委书记陈国忠认为应该探索旅游企业、行业的内部产业链条式合作模式。

“形成以智力和技术为引领的旅游产业创新链,将创客、创业结合,形成新时尚的引领者、新产品的研发者、新消费的制造者。”陈国忠建议,通过技术协同、市场协同、资本协同,形成跨业界、跨要素的企业发展模式,如酒店+金融+养老地产,酒店+景区+医院,形成文旅企业集团贯通产业层次、跨界整合资源的能力,实现强大的综合竞争力。

### 旅行社不仅要自救 还需要多方合力

山东大学经济学院教授、山东大学文化和旅游研究中心主任王晨光认为,当前的形势下,不仅旅行社要自救,更需要社会救助、政府救助。“因为现在没有市场,这个行业要想生存就不能靠单纯的企业自救。如果人们还看重旅游业的价值,那么更大程度上应该是政府、社会的救助,加上行业企业自身的救助,这三方相结合。”

针对旅游寒冬,济南相关部门也采取过许多有力的措施,比如大规模返还旅行社的保障金。“如果影响的时间相对来讲比较短,只有几个月到半年的时间,政府利用退还保障金把企业基本的资金流解决了,能够暂时保持企业自身的平衡。但这次疫情的影响远远不止几个月,错失了旅游旺季的话,就不是靠保障金能解决的问题了,可能大量的旅行社就要面临生存难关。”

王晨光认为,政府从旅游产业总体调控的角度来讲需要出台一些新的政策,“包括税收、银行贷款等,政府所给的支持力度要更大一些。从社会角度来讲,因为现在很多旅行社都是租房经营,能不能呼吁上下游的企业给旅行社一些缓冲的时间。”总的来说,政府还是要有一揽子政策来对旅游行业进行更高程度的关注和更大幅度的救助和支持。

不过专家也认为,旅游业如今面临的困境也是一次重新思考和转型的机会。“在当下的副作用虽大,但从长远角度来讲也有正作用,会激发社会力量的重新聚合,对产业的转型升级都是有帮助的。”王晨光说,比如在2003年非典后,整个旅行社行业都发生了新变化,线上旅行社迅速替代了实体旅行社占据主导地位。这次来看也有类似的征兆。

从1845年托马斯·库克旅行社成立到现在,旅行社已经有近200年历史。王晨光认为,旅游行业是有生命力的,肯定不会消失。但从长远来看,科学技术的因素对旅行社的影响会越来越大。“20年前有一部电话、传真机可能就可以开一个旅行社,现在如果你没有一个网站,没有一个客户管

理系统,那么旅行社可能就很难生存和运营了。”

### 家庭游主题旅游成趋势 人工智能将被广泛应用

对于旅游业发展的未来,山东国信国际旅行社董事长张晓国认为,旅游业前景依然宽广,“从社会发展规律来看,人对物质的追求是有天花板的,但是对精神生活的追求是无限的。旅游业就是为人们提供这种精神滋养的,这也是它为什么成为世界第一大产业的原因。”

“旅游业又是十分脆弱的。外界的一点变化都会第一时间影响到旅游。”张晓国也认为,不能仅关注受疫情影响的当下,如果不能及时做出改变依然不行。“这段时间人的生活状态都改变了,包括消费心理、消费方式、出游方式。形成了消费的新形态,如果旅游还维持以前的状态,是无法适应现状的,所以必须做出改变。”

“无接触门禁系统、无接触导游、景区内无人驾驶观光车、旅游商品自选自助系统以及线上预订等各种新媒介方式将会导致传统导游从预订方式到出游方式、从物理空间管理到智能空间管理、从有人管理到无人管理及自助化管理成为新的服务方式。”陈国忠说,旅游企业可以通过数字化、智慧化以及社区团组,构建产品研发与生产、流程服务提供、社区市场直销、社区化营销的新发展方式。

张晓国认为,未来旅游散客化会进一步增强,小团体、家庭游会成为主要组织形式,主题旅游会大大增加,人们会更加注重情感、家庭。对于未来旅游目的地的选择、过程的选择会发生深刻影响,去追寻深度的文化游。特色的、深度的文化游会成为未来的主流。

陈国忠则建议加大研学旅游、健康旅游、体育旅游等重点产品的研发和提升力度,从而适应疫情后市场需求的新变化。

王晨光认为,下一步旅游业中人工智能的使用将会成为重要方面,包括它对市场了解的程度,对顾客服务的能力也都会越来越改变旅行社服务的状态和能力。“这样对整个行业的发展会有很好的推动作用。”