



## 没有游客的旅行社

编者按

当前各行各业已逐步复工复产,景区陆续开放,但旅行社的恢复期远比其他行业要长,前几日的端午假期全国共接待国内游客4880.9万人次,同比恢复50.9%,但这些数据基本跟旅行社关系不大。齐鲁晚报·齐鲁壹点记者走访发现,省城不少旅行社假期订单为0。在没有游客的日子里,旅行社都在做什么?困境面前,他们又是如何自救,等待行业的复苏?对此,齐鲁晚报·齐鲁壹点推出专题策划——没有游客的旅行社,对旅游业的现状、未来进行关注和探讨。

活下来就是胜利,旅游从业者纷纷转型“花式自救”

# “兼职送外卖,只是暂时的过渡”

文/片 齐鲁晚报·齐鲁壹点  
记者 程凌润 于悦 实习生 董一扬

## 复工后营业额才2000多元 端午假期订单为0

6月29日,经十路旁的一间办公室里,山东国信国际旅行社董事长张晓国在独自处理事务。“三四月份的时候还有四十多名员工,现在只剩十多人了。”张晓国说,为了生存下去,他们租出了将近300平方米的办公室,原本要入驻新办公室的计划也暂时搁置了。据了解,像他们这种中型旅行社已经损失了将近上百万元。

山东携程百事通国际旅行社有限公司总经理吕中力也表示,如今只有省内游可以开展,“但是省内游单价低,交易额根本上不去。”

“疫情还没有结束,人们出游的意愿还是不强。”济南某旅行社解放路门店值班人员贾丽(化名)说,过去的端午节假期,门店没有一个订单,而复工后的营业额仅有2000多元。“这些钱都不够交水电费的。”贾丽指着旁边的空调说,自己平时值班只会开着风扇。

“从1月23日到现在,我们只发过一次工资。”贾丽说,与收入下降相比,自己更担心的是被旅行社裁掉。

“刚过去的这个端午节,跟我们旅行社没有关系。”济南某大型旅行社市场经理无奈地说,由于省内游、周边游是假期旅游主力,加上近期疫情反复的原因,端午假期出现了业务为“0”的情况。

天眼查数据显示,济南市登记名称中带有“旅行社”的企业共有4250家。受到疫情的持续影响,最近两年登记成立的841家“旅行社”企业已有82家注销。其中,山东乐游国际旅行社有限公司注销11家营业部,山东孔子国际旅行社有限公司注销7家营业部,南京途牛国际旅行社有限公司注销9家营业部。

## “先找门槛低的过渡” 旅游公司经理兼职送外卖

6月30日下午6点,34岁的赵啸骑上电动车,开始一晚上的“骑手”工作,从济南明星小区农贸市场到吉尔北苑,他花了30分钟,骑行近5公里,将一份肉饼送到顾客家中。

“这一单能挣7块4,通常距离越远给的钱越多。”离开顾客家,赵啸边刷手机抢下一单边说。他从事骑手工作已有两个多月,从最初每天送十多单,到如今能送三十多单,对这份工作已经驾轻就熟。但在当上外卖骑手之前,赵啸做的是份截然不同的工作。

“其实我是一家旅游公司的业务经理。”赵啸从2007年开始从事旅游业,至今已有13年,但最近的遭遇让他不得不开始“转型”。

今年1月22日,赵啸的公司业务开始进入停滞状态,“我们已经把游客的款退回去了,但航空公司还没有退款给我们。为了帮公司渡过难关,我自己贷了七万多元,加上房贷现在每个月要还3000多元。”

赵啸所在的公司有20多名员工,现在基本都在做兼职,“我妻子原来就在公司做财务,现在也在做兼职。因为一时半会儿找不到很合适的,只能先找一些门槛较低的。”

除了送外卖,赵啸还尝试过摆地摊,端午假期,他和妻子制作了一些手工甜点,在西客站附近的夜市上出售,但效果并不好。“卖了三个晚上到手200块钱,但成本大概在220块,所以最后算算还是亏了。”他苦笑说。

最近,赵啸又找到一份建筑咨询公司的工作,白天在那里上班,晚上再跑外卖,但对于老本行,他仍充满信心,“我本人非常喜欢做旅游,为了维持生计,现在只是暂时的过渡。”

从春节假期的冰封,再到清明、五一、端午假期的逐步回暖,国内旅游市场正在有序恢复。然而,疫情还未结束,旅行社仍处于寒冬期。齐鲁晚报·齐鲁壹点记者调查济南多家旅行社发现,他们在不同程度上面临着业务减量、人员流失甚至即将关门的考验。直播带货、跨界卖房、私人定制……他们说,现在先要“活下去”。



▲赵啸正  
在询问顾客送  
餐地址。

▶众信旅  
行社积极拓  
展的新项目并  
对员工进行培训。



## 直播介绍景点并带货 卖扒鸡阿胶还推荐民宿

“我们在三四月的时候定了‘活下来’的调子,因为活下来才能做准备、谋发展。首先公司不能倒闭,第二员工不要全部流失。现在来看活下来已然是最核心的主题。”张晓国说。

为了走出困境,山东国信国际旅行社董事长张晓国蹚出了一条新出路,那就是直播带货。利用资源熟悉的便利,他们在网

上进行“云讲解”,同时还卖起了德州扒鸡、金丝小枣、东阿阿胶等。

“做直播的目的有两个,第一是种草,直播可以稳定粉丝、客户群;第二可以带货,把山东的特产带出去,不让人员闲置。”另外,张晓国还在研究深度挖掘旅游资源,“做直播需要热点、新颖的东西,这也推动着我们去深挖旅游景点背后的故事。两个多月的直播里收获了几个粉丝。”

7月1日晚上,嘉华旅行社也进行了一场特殊的直播。“我们是在若谷山居景区做的直播,直播间带的货有点特殊,不是普通

的商品,而是民宿。”该旅行社市场经理赵汝信说,在近郊游成主力的情况下,民宿产品非常火爆,他们旅行社与民宿酒店合作进行直播带货,也是一种行业自救措施。

北京众信悠哉国际旅行社有限公司山东分公司则在今年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。

## 有的跨界进军房地产 探索未来深度转型

“旅游是低频消费,日常生活消费却是高频的,旅行社掌握目的地优质商品和土特产等,可以由导游采购,由旅行社品牌背书,在线上及门店销售,这样可以增强客户黏性,拓宽营收渠道。”山东嘉华旅游董事长张明表示,他们正在探索“旅游+生活”的旅游新零售模式,把旅行社作为流量入口,把旅行社由人流圈变成生活圈。

2月8日,嘉华旅游开发的“目的地严选商城”正式上线,该电商平台主要销售境外和国内旅游目的地的土特产。“我们还帮助农民销售滞销农产品,湖南省湘西州的椪柑上线2天就销售了20万斤。”赵汝信说,“目的地严选商城”刚上线每天的销售额即达到1万多元。目前,该电商平台有百余种商品。

5月27日,嘉华旅游再次跨界进军房地产行业。在张明看来,旅游能与各行各业“嫁接”起来,他很看好房地产的相关业务。“我们有一个队伍,现在有好几百人,可以去干这件事。”张明说,他们现在的主攻业务就是销售房产,而且现在正在销售济南市区的一个楼盘。

张明说,他们想通过自己的客户资源深挖房地产行业,拓展企业盈利空间,同时也利用这个特殊时期进行深度转型,未来时机合适嘉华地产也会开发楼盘。

“跨界旅游也是很值得提倡的,我们也利用这段时间弥补了之前的不足,将工业旅游、农业旅游、乡村旅游、乡村振兴这些业态进行融合。”张晓国说,他们还在尝试拓展旅行社的业务半径,不仅可做旅行团,还可以给景区做营销策划、宣传代言。

## 改变盈利模式推小众线路 倒逼自己走出舒适圈

五一、端午假期,省内近郊游、城市周边游、乡村生态游成为热点。虽然跟团的游客并不多,但是旅行社仍然看到了商机,那就是游客个性化、品质化、体验化旅游需求旺盛。

“传统的旅游线路和组团模式是越来越不受待见了,但小包团和私人定制方兴未艾。”张明分析道,亲朋好友一起出游,自由自在,旅行社就需要在这方面下功夫,提高研发能力,不断扩大市场占有率。

“我们现在开发了自驾游的项目。”赵汝信解释道,具体来说,就是给自驾游客提供订票、订酒店、讲解等业务。

此外,嘉华旅游还新开发了民宿业务。“以往民宿是跟旅行团结合起来的,现在单独开发了,交通问题由游客自己解决。”赵汝信称,这种个性化服务比较适合年轻人。

“此次疫情暴露出线下门店在非跟团游领域的弱势,这也是我们目前正在尝试革新的地方。”山东携程百事通国际旅行社有限公司总经理吕中力称,他们旅行社推出大量非跟团游、半自由行、景酒套餐等产品,以提升交易额。

“这也是一个契机,倒逼我们走出‘舒适圈’,我们也会练好‘内功’,等待旅游需求的反弹。”北京众信悠哉国际旅行社有限公司副总裁杜政泰认为,旅行社要在疫情期间苦练“内功”,提升业务能力,来应对疫情过后“井喷式”的旅游。