



# 旅游企业边修炼内功,边布局线上服务,降低“休整”影响 超划算省内度假套票出现 有市民趁机“囤货”

此次疫情给旅游业带来了一个“休整期”。在疫情休整期间,旅游企业也坚持修炼内功,通过布局后期产品、培训从业人员、加强“云旅游”服务等方式,为即将到来的行业复苏积极准备。进入3月,旅行社为恢复经营进行积极筹划的步伐也越来越快。不少广州本地旅行社已陆续推出省内度假套票产品,吸引了不少有周边游习惯的游客囤货。



■国内部分景区已开放,但游客仍不多。图为3月4日,游客在西安城墙游览。新华社发

## 春节旅游市场投入大 休整期面临压力

受疫情的影响,很多旅行社都暂时中断了服务,等于进入了“休整期”。如何解决休整期出现的难题,如何发力下一阶段的旅游市场,成为很多企业要优先考虑的问题。

广州翰邦国际旅行社董事长何宇峰指出,旅游企业一般都在春节前用两三个月时间,就会筹划一年中最大的旺季销售。由于供求关系的变化,春节期间的航空资源、酒店资源、当地接社资源往往需要旅行社先期垫上不少押金。一些资本实力

没那么雄厚的中小企业,甚至需要去借贷才能预购春节期间的资源。此次疫情,令全国的旅游业务在春节全期就全部中断了。

休整期旅游企业怎么办?何宇峰告诉新快报记者,本地旅行社短期内出现了猛增的现金流压力。一些旅游企业也是想方设法解决难题,比如最近的退保的旅游质保金可以用来暂时解困,支持旅行社及时地为游客提供退改服务,还可用于支付租金、员工薪水等。

## 乡村游和养生休闲游有可能最先崛起

广东省旅行社协会会长、广之旅董事长、总裁朱少东介绍,由于旅行社存在收客周期、市场启动、消费者信心重建等因素,重启节奏预计是“省内—省外—出境”。旅游市场重启后,周边及出省的国内旅游将作为疫后振兴的基础力量。利用周末1至2天的短途周边乡村游、养生休闲游将有可能最先快速崛起,满足亲子客群“说走就走”、户外锻炼的出游需求。

出省游方面,成熟高铁线网“快旅漫游”的方式游历祖国大好河山与秀丽山川,将吸引时间充裕、关注健康的长者群体,养生祈福、踏青登高、深度慢行等国内游。“预计广东周边以及出省游与户外场景融入健康自然主题的旅游产品,将在疫情后更契合人们的心理需求,这也将给旅游业释放巨大的发展潜力。”

## 各方发力“居家游天下”

朱少东表示,疫情给旅游业带来了一个“休克期”,同时也是“休整期”。近期,广之旅正通过紧抓销售端、产品端人员培训;优化内部作业流程提升管理效率;聚焦“新生活方式”,推动涵盖新客群开拓、产品迭代、客户体验优化的新商业模式研究等举措,勤练内功,做好准备,为旅游行业重启而蓄势待发。

广之旅同时利用线上直播等新媒体平台和渠道,用好受疫情影响而闲赋在家的优秀导游领队资源,推动导游领队以直播方式,与国内同样宅在家的民众互动,介绍粤港澳、省外及出境优质旅游资源及玩法,实现市民大众“在家云旅游”的同时,

也让导游领队不停歇地练习其“专攻术业”,实现新方式下的“文旅融合”。

翰邦国际旅行社董事长何宇峰透露,在“休整”期间,翰邦组织员工调整未来旅游产品布局,对于此前投资的康养旅游基地进行项目策划、设计和运营的深化。更重要的工作是投入到线上产品的深化和推广上。“在这次疫情期间,我们与‘金牌解说’在线讲解平台,推出了对全国各大景区的在线VR视频游览及讲解产品,为历史文化景点创新订制了在线景点故事视频解说,为广大游客提供了‘居家游天下’旅游配套云服务。”

### 专家意见

## 保继刚: 旅游业恢复需要一定时间

新冠肺炎疫情暴发后,文旅业将如何发展?近日,围绕这个话题,文旅界的专家们都在不同的平台进行支招。昨天,广东省文旅厅向媒体转载了长江学者、中山大学旅游学院创院院长、广东省旅游规划与营销协会创会会长保继刚教授谈“文旅战役”的相关稿件。

### 还无法预测旅游业全面复工的时间点

保继刚的观点是,此次疫情对旅游业的影响超过了非典,恢复时间大体需要1年左右。他呼吁大家重新认识旅游业的脆弱性,反思当前投资过重的方式,政府可借此机会把如何促进旅游产业恢复活力的重点,放在提供更好的公共管理服务水平上。

保继刚指出,当前很多观点片面夸大了旅游业的损失,但疫情后的“报复性增长”也是伪概念,这些错误的观点都是对旅游业发展是没有益处的。他解释,虽然文旅部回应了景区分级恢复开放的问题,但还无法预测旅游业全面复工的时间点。另一方面,尽管有些地方旅游景区开业了,但实际真正的游客不多,目前景区的以本地人为主,或是春节前到达无法离开的游客,游客的信心恢复会有所滞后。同时,旅游业与其它行业相比,不是生活最必需的行业,是提升生活质量的行业,所以旅游业一般说来要比其它行业,开业的时间要滞后一些。

### 民宿走高端化 现在脆弱性表现了出来

保继刚还点出一个问题:以往常说旅游业特征是投资少、见效快、成本低,恰好与现在相反。在旅游发展的初级阶段,实际上呈现了共享经济特征。以阳朔为例,旅游业开始是用自家的门面卖啤酒和美食,腾空两个房间做住宿,这就是投资少。后来经济发展好了,追求星级酒店甚至是国际品牌的酒店,变成了投资大,周期长,这样一来,风险就大了。

“我们应该借此机会反思。在对脆弱性和恢复能力的认知下,我们应该考虑旅游企业的不同方式的承受能力是不一样的。”他举例,现在的民宿是越来越高端化,实际上做的是精品酒店,小型的精品酒店,在面对疫情的时候,它的脆弱性就表现出来了。“我们从学术上回到那种替代性发展、包容性发展思路,而不是一味地去追求投资额多大。”