



大咖论剑

记者手记·前言

摘下口罩,一起去玩耍的日子不远了——

文/羊城晚报记者 刘星彤

严冬将尽,春暖有时——

面对疫情大考,旅游业大腕谈复苏

文/羊城晚报记者 刘星彤

旅游业内行家预计,新冠肺炎疫情之后,会较快出现国民旅游消费的反弹,广东业界的大腕们普遍看好亲子游、健康游、山水游、智慧游等增长点。

广之旅董事长、总裁朱少东
广东中旅总经理 罗彪
广东省中青旅副总经理 王琛



王琛 朱少东 罗彪

旅行社

休克期也是休整期

需求反弹将推动行业重塑

羊城晚报:原本的出游旺季变成“逆改旺季”,一个月以来,旅行社的工作重心因新冠肺炎疫情发生了哪些变化?

朱少东:新冠肺炎疫情对旅游业的影响,较非典更大。与非典时期相比,新冠肺炎疫情使得原本是全年最旺出游季——春节黄金周以及接下来的春季出游“戛然而止”,至今,旅行社和OTA仍在处理海量的延迟退订订单当中,旅游行业损失巨大;旅行社的暂时停业,使得业务、资金遭受巨大损失;从恢复消费者信心到旅游市场重振,也需要一定的周期,旅游企业近期面对着重重困难。然而从长远的发展看,疫情的影响是短暂的,旅游行业必将迎来下一个发展的春天。

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等举措勤练内功,为行业重启积蓄力量。

羊城晚报:面对突发疫情,传统旅行社应从哪些方面着手“自救”?

罗彪:疫情之下,旅行社要“自救”,应从三方面入手。首先,最大限度降低成本,砍掉不盈利的业务;其次,积极拓展新的业态,适应线上旅游的趋势;第三,锻造好队伍,筹备好疫情过后的产品。

王琛:旅游企业要“救市”,首先要理解、配合和听从政府发布的有关防控疫情的号令,其次则是企业自救——在特殊时期启用“三在”原则(在家上班、在群上岗、在线培训),防控疫情、防患疫情带来的一系列风险、管理部门在公司每周轮值),通过统一思想、加强管理,最大限度减少人、财、物的损失。

第三是调整产品——尽早着手规划五一、暑假的产品。针对旅游市场产品同质化严重的情况,结合疫情给大众带来各方面的冲击,从客户需求出发,增加有特色、性价比高的产品如亲子游、家庭游、健康游,尤其是省内游、珠三角周边游更值得下功夫。

第四是丰富营销传播渠道——疫情期间网课火爆,预计“在线”会是今年的“杀手锏”,应做好私域流量。

羊城晚报:对此次疫情过后旅游市场的反弹时间及反弹幅度如何预计?

王琛:以3月底前疫情稳定或消除来估计,旅游业最快在五·一可恢复常态经营,届时会出现反弹式的密集消费期。但这期间,由于景区人员密集以及旅行社产品梳理、供应商的协调对接等问题,服务会打折扣,预计人们会更多选择自由可控、性价比高的自助式吃喝玩乐。预计到今年国庆节前,旅游市场可逐步恢复正常的秩序。

基于当前巨大的市场需求和基数,此次恢复增长将比当年的非典幅度更大,预计同比增长30%(单纯旅游产品,不含餐饮、酒店)。

朱少东:目前有专家预测,疫情最快在4月份结束。基于当前疫情发展态势,即使抗击疫情在短期内告捷,由于旅行社存在收客周期、市场启动以及消费者信心重建等因素,预计最快也要在第二季度中下旬市场才有可能重启。目前南航国际航班已经飞到6月,乐观估计到下半年,出境游才有复苏机会。重启的节奏,预计是先省内、后省外,最后到出境。

罗彪:疫情需要一个逐步平复的时期,消费者信心也需要逐步建立,预计反弹时间应在八九月。



旅游的小美好,在疫情发生以前,我们习以为常 刘星彤 摄

羊城晚报:旅游市场重启后,预计哪些出游板块/旅行主题将成为增长爆发点?

王琛:疫情结束后,亲子游、研学板块、健康游、体育游将是热点。另外还有线上板块,在互联网、5G的时代趋势下,更多线上文娱、教学培训、场景体验(如国家博物馆)将会涌现。

罗彪:出游板块的恢复顺序预计先从周边到国内游再到出境游,增长较快的预计以健康、康养主题为主。

朱少东:市场重启后,周边及出省的国内旅游将成为疫后振兴的基础力量,发力市场恢复的份额扩大。

由于疫情防控期间市民被动“宅”在家,亲近大自然的需求被极大激发。疫情过后,人们将在一定程度上更加注重健康。届时,预计广东周边以及出省游

中,与户外场景融入健康自然主题相关的旅游产品将会更契合大众心理需求。具体到各细分板块,预计以下产品最具增长潜力:

周边游方面,利用周末的1至2天短途乡村游、养生休闲游最有可能快速崛起,可满足亲子客群“说走就走”、户外锻炼的出游需求。

出省游方面,利用成熟高铁网以“快旅慢游”的方式游历祖国大好河山,将吸引时间充裕、关注健康的长者群体,主要集中在养生祈福、踏青登高、深度慢行等国内游主题。

出境游方面,随着近年来“中国年”出境游人数和消费规模的不断壮大,中国公民出境游的目的地可能会在疫情好转及结束、出境游业务逐渐恢复后,因继续出台各种刺激政策而增加,从而“收复”春节黄金周造成的损失。与此同时,2020年东京奥运会、迪拜世博会、“中意文化旅游年”、“中意文化旅游年”等文旅交流融合活动也将进一步激发出国游的热情。

羊城晚报:经历此次疫情重创,旅游企业应如何重整再出发、重塑旅游?

罗彪:疫情过后,旅游需求的恢复需要一个过程,同时应注意到,消费模式会加速变化,线上线下的结合是大趋势。

由于疫情加速了线上模式的延伸,智慧旅游、全域旅游会在接下来有更深远的发展需求。对于旅游企业来说,需要加速产品和服务的多元化转变,加强自身的盈利能力,加速在线渠道的建设。

王琛:疫情过后,旅游行业应从以下几方面重点着重重塑:

第一,旅游企业升级换代。借助疫情“照妖镜”,强制清除一批弱小、僵尸或劣质旅游企业,大型企业或文旅单位更可借力扩大版图或强强联手。

第二,调整旅游产品存量。旅行社要精简数量、提升质量,减少“廉价的地摊货”,增加“有特色有品质的A货(指性价比)”,提升客户体验,加快找回客户、开拓客户。

第三,释放旅游消费红利。文旅部门和行业协会通过宏观调控和指导,继续出台针对企业、客户的扶持政策,促进消费,同时官方层面协调出入境关系。有条件的省市财政可考虑设立旅游基金,帮扶中小企业、扶持优质旅游企业的壮大。

第四,重视人才培养。政府部门、高校要出台政策,培养合格的从业人员,尤其对中高端管理人员,应从“人才”层面予以重视、培养和引进。

第五,强化市场产业链条。旅游是横向产业,和温泉、会展、体育、美食等都有交集,应加强“旅游+”的集群发展。

文/羊城晚报记者 黎存根

景区

应对当下,景区抓紧苦练内功

虽然目前绝大多数的广东旅游景区处于关停或者部分关停状态,但是各大景区并没有因此闲下来,而是利用这段时间专注练好内外功,以等待疫情结束过后的市场回暖,以更好的产品、更完善的配套、更优质的服务接待游客。

羊城晚报《旅游周刊》采访了多位省内不同类型景区的负责人,他们充满信心地描绘出景区未来。

羊城晚报:时间不等人,疫情也改变着旅游业态。我们了解到目前各大景区都在抓紧时间修炼内功,请介绍一下景区都采取了哪些应对措施?有没有杀手锏?

徐伟跃:古龙峡景区在春节期间暂时关停,预测今年全年收入相比去年会下降二至三成。但冬天终会过去,真正的好产品、游客喜闻乐见的产品,会在疫情过后慢慢恢复客流,我们对市场还是充满信心的。

景区正在抓紧时间修炼“内功”,继续设计制造旅游“爆品”,“云端悬崖”、“天空之境”、“云端玻璃”等产品一起,让古龙峡成为真正的“天空之城”,而垂直落差巨大的户外扶梯“登峰电梯”也将“疫”后开放,景区设施从1.0版跃升到2.0版。另外,古龙峡景区针对夜游经济的兴起,依托已经建成开放的餐厅、酒店,开设夜游项目,在一河两岸景观上设计安装灯光,在岸边配备休闲吧、咖啡馆、酒吧、知名小吃等项目,成为清远首夜游旅游项目,预计在今年五一可以正式对外接待游客。

除了硬件的建设,景区员工也在加紧系统的学习培训,今后会以5A级景区的标准去服务游客。

冯洪萍:目前我国文旅行业增速超过大部分行业,文旅消费已成人民的生活方式,市场的恢复反弹也会很快来临,所以,旅游景区要有信心,特别是投资人和高层管理人员,一定要把目光放长远,坚定疫情影响是一个“暂时性”冲击,提前做好一个。

目前长鹿已经做好了疫情防控景区管理办法,并对景区进行360度无死角消毒处理。

冯洪萍:今年春节,金子山连降两场大雪,雪景天数达到8天左右,堪称是景区史上最美丽的雪景,但是由于受疫情影响,景区暂停开放,美丽雪景无人赏。整个春节假期,景区(仅门票一项)就损失达到700万元左右。但疫情总会结束,春天已经不远。景区不停工,各项工作紧密锣鼓地开展,缆车抓紧时间安装,各项设施趁空闲维护。现在工程队全力在完善缆车最后的工程,力争缆车在3月底通车。

作为广东著名的映山红观赏景区,四月天是金子山杜鹃花最美丽的季节,我们也在全面准备杜鹃花节。为了让杜鹃花开得更灿烂,金子山的工作人员已经肩负复合花肥给杜鹃花施肥。



地派温泉度假村

精彩答卷,弥补这一季的巨大损失。对经历忧患的全体国民来说,这又何尝不是一种大灾过后的“补偿”呢?

羊城晚报旅游周刊编辑部 和读者一起期待着:摘下口罩、穿上攻略,一起去玩耍的这一天,能够早日来到。



连山金子山灿烂的杜鹃花 景区供图



徐伟跃 冯洪萍 李星凯

清远古龙峡景区策划营销首席执行官 徐伟跃
地派温泉度假村总经理 李星凯
长鹿旅游休闲度假区策划部总监 冯洪萍
金子山风景区度假区董事、总经理 植瑞政

展望未来,迎接春暖花开

羊城晚报:各地陆续复工复产,已有一部分景区有序开放,广东景区的未来会不会是一个春暖花开的日子?

徐伟跃:近年来,古龙峡推出的每一个新产品都堪称“网红”。这是我们通过在世界范围内考察研究而来。因为这段时间关停了景区,反而加快了我们的“天空之城”系列新产品的建设和推向市场的速度,它们将会成为景区发展的新机遇。

待景区复开后,我们会根据媒体发展的趋势,在营销工作上做充足的准备,例如加大对景区短视频资料的支持和储备,利用好新的、受欢迎的传播方式,让景区产品突出亮点,做到先声夺人,抓住游客眼球,取得好的经营成绩。此外,景区的产品与市场的反弹高度契合,给古龙峡带来黄金发展时期,预计客流会比同期增长不少。

李星凯:待到疫情过后,估计省内游、周边游很快会迎来非常活跃的市场增长,生态度假型酒店产品会受到市民的青睐。对于地派温泉度假区来说,定制化的产品服务将会是今年经营管理的工作重点。从观察来看,90后、00后对个性化产品需求很大。我们预计在中老年游客人,则会看重健康养生型产品,温泉是一个重要选择,好山好水的环境,适量的户外活动,卫生科学的养生餐饮,结合起来大有可为。这些需求都给温泉度假型景区提供一个发展机遇。

不仅仅是地派温泉,我们广东的温泉度假景区应该都着力推出把中医药与温泉浴相结合的保健度假产品,让康养成为“疫”后主流的度假消费。特别是在夏天的市场,还要大力倡导温泉养生,扭转中国游客夏天不爱泡温泉的消费习惯。其实夏天泡温泉也是一项很有养生功效的活动,在日本夏天泡温泉也是挺流行的。广东省是温泉大省,市民有良好的保健基础及消费习惯,希望大家不要忽视温泉的康养功能。

我们的景区要把这次政府的防疫措施及指引,应用到今后日常工作中去,尤其是强调员工的卫生意识,增加对酒店客房及公共区域的消毒及防疫;待到疫情过去,这些好的经验都不能放弃。

冯洪萍:长鹿有序开展的同时,会倡导市民游客实行实名游览,实行可控、有序游览,提倡实名购票、预约游览和无现金支付,景区将利用互联网、大数据等手段为市民游客提供方便;同时,为确保安全,景区将进行实时游客量控制,日接待量原则上不超过承载量的50%,并分时段安排游客间隔性入园,排队游玩项目保持人与人间隔1.5米的距离。所有游客要求佩戴口罩、佩戴手套,进行消毒才能参观游览。我们制定了有效的预防管理办法,将及时总结反馈,改进效果。

长鹿休闲度假区也会部署一些新的策略,综合性利用资源,开发多维度的旅游产品。同时,提升服务品质。高品质服务将成为综合型景区升级重点,也能促进游客的多次消费的可能。

业界观点

OTA企业发言人:疫情后文旅行业将现多个加速改变

受访发言人:驴妈妈创始人、景区集团董事长 洪清华

文/羊城晚报记者 刘星彤

新冠肺炎疫情爆发后,众多旅游企业通过线上直播课程梳理行业难点,与业界同仁共商“战疫大计”。日前,驴妈妈创始人、景区集团董事长洪清华大型文旅公益直播课首次于线上开课,洪清华在直播中谈到,此次旅游的“疫”后恢复期预计会有三个月,对于所有文旅企业来说,是否能够抓住危中的“机”并做到极致,关系到企业的生死存亡。

议题1:新冠肺炎疫情对文旅行业带来了哪些影响?

经济损失方面,有专家表示,今年仅春节黄金周期间,旅游业损失就达5000亿元左右。截至目前,损失可能更多,全年损失目前很难预测。

一方面,众多企业面临生存危机,另一方面,疫情的影响延续较长。根据各种资料判断,如疫情在4月能够全面结束,5月、6月、7月将是旅游的“疫”后恢复期,到8月份方始全面恢复。当中酒店、商旅可能相对恢复较快,旅游休闲类景区的恢复速度则较慢。

此外,短期内中国形象有一定受损,入境旅游的复苏也需要时间。

议题2:疫情之下,文旅行业如何自救自强?

首先要确保活下来。要活下去,首要的是现金流,要“挑战极限式”降低成本。此外,要做“瘦身计划”并调整战略,学会做“加减乘除”,用好“人力”这个企业最大的资本。

其次,应研究和部署疫情过后游客的新需求。疫情后的竞争将是品质化和差异化的竞争,要做安心、舒心、放心、绿色、生态、健康的旅游产品,避免同质化。届时,预计周边游会率先复苏,自驾游、亲子游、家庭游、绿色生态游、康养旅游等会更受欢迎。

政策层面,企业还应制定“疫”后恢复计划,积极寻求政府的扶持。

议题3:疫情过后,文旅行业在哪些方面会加速改变?

众多加速改变中,以下几点值得关注:

一是疫情加速了市场和人心的重

构。经过这些年消费升级、文旅融合以及全域旅游建设,旅游市场已经发生变化——从跟团游到自助游、自驾游,越来越强调个性化、差异化、垂直化,“为一间房赴一座城”、“为一顿饭赴一个村”越来越普遍。

其次,疫情将加速文旅企业大洗牌,头部企业会更强,市场份额会更高,同质化且缺乏竞争力的中小企业会加速消失。此外,疫情还将加速文旅行业命运共同体构建、加速文明旅游的进程。

建议文旅主管部门推出多个举措,出台专项扶持政策,构建应对突发事件的现代治理体系,制定文旅业振兴计划,重塑安全旅游目的地形象,推进旅游智能化发展,助力文旅产业升级。文旅企业则要抓住危中的“机”,并做到极致。

旅游风向

全国多个景区有序重开入园谨记戴口罩量体温

文/羊城晚报记者 黎存根

近日,全国已有多个省发布了景区有序开放工作指南,多个全国知名景区景点相继发布有序开放消息,但游客进入景区时仍需自觉佩戴口罩和配合体温测量。

据记者不完全统计,目前通过省级机构发布景区有序开放工作指南的包括浙江、山东、湖南、云南、四川、江西等省,明确各类景区经相关部门批准或报备后方可有序开放。

据了解,目前全国已有多个著名景区有序开放。其中,云南丽江全市旅游行业2月20日起面向云南省内、国内疫情防控低风险地区开放,恢复景区景点包括玉龙雪山景区、丽江古城景区、东巴谷景区、玉水寨景区、老君山黎

明景区、东河古镇景区、泸沽湖景区、观音峡景区、黑龙潭景区、东巴万神园景区、白沙壁画、三股水景区、东巴王国景区、玉柱擎天景区、玉峰寺、姊妹湖景区、拉市海乡村旅游景区。

此外,浙江杭州西湖风景名胜景区已于2月19日起按规定有序开放已关停的公园景点,所属的露天型收费景点原则上按正常经营时间开放。浙江丽水2月18日起,全市A级旅游景区恢复对外开放。

在江苏,南京夫子庙—秦淮风光带风景名胜区的南京夫子庙景区、老门东景区2月19日已有序复工。苏州市园林和绿化管理局2月20日起有序开放苏州公

园、桂花公园、桐泾公园、枫桥景区、东园、渔庄6个免费公园景区,自2月26日起有序开放虎丘景区(含五峰园)、拙政园(含环秀山庄)、留园(含艺圃)、狮子林(含怡园)、耦园、网师园、沧浪亭(含可园)、天平山、植物园(上方山国家森林公园)、动物园等15个收费园林景区。苏州周庄古镇景区、虞山尚湖风景区、沙家浜风景区等也已再度开门迎客。

2月21日,陕西省西安市宣布,室外开放式景区及户外公园全部开放,首批开放的景区包括大雁塔南北广场、小雁塔景区、大唐不夜城等10余处。江西省龙虎山景区宣布2月19日起,将逐步恢复对外开放,龙虎山主景区已正式开园。