

转型,从拒绝同质化开始

——青岛旅行社行业一线观察

□青岛日报/观海新闻记者 马晓婷

青岛观察

“重启”的旅行

今天,我们还需要旅行社吗?

面对这一“业界之间”,作为旅游产业链条中受疫情影响最大的板块,传统旅行社转型的焦虑感似乎尤为严重。

从1923年国内第一家旅行社诞生算起,到2023年,中国旅行社已经走过了100年。百年间,随着互联网的普及和生活水平的提高,游客消费行为散客化、商业模式在线化的特点日趋明显,自由行、OTA(在线旅游)逐渐成为市场主流,传统旅行社来到了新的十字路口。

旅行社领域本来已是存量博弈的市场。在“后疫情”时代,旅游业“重启”后,高擎“专业化旅行服务”旗帜的旅行社市场正在面临重新洗牌:

在盈利与亏损之间进退,部分旅行社遗憾“掉队”,而那些具备资源整合能力、定制服务实力的旅行社则以积极的方式应对挑战,在修复“强震荡”和扩容“新赛道”中,向着现代、集约、高效转变,打破原有的市场格局,迎接崭新的未来。

从旅行商到综合服务商

“今天,我们不能再用老眼光看待一家旅行社了。”这是山东万达嘉合文旅集团总裁李建华接受采访时给出的判断。

山东万达嘉合文旅集团的最新发展轨迹践行着李建华的这一观点。目前,曾以旅行社起家的这家企业,业务已经覆盖商务酒店、会展公司、票务代理、影视公司、房车露营等诸多板块。此外,他们还战略投资文创IP企业,不断拓展多元化经营的维度。

“基于资金实力、资源实力和团队的落地执行能力三个维度的考量,我们一旦发现机会就会积极尝试,通过增加经济增长点来规避经营风险。”李建华表示,这样的谋篇布局,就像俗话所说的那样,“不把鸡蛋放在一个篮子里”。

“鸡蛋与篮子”的发展理念让这家企业具备了多重服务能力,在文化旅游范畴内形成了多元生态布局,其身份也从单一性的旅行商“蝶变”成为综合型的服务商。

从全国来看,这是传统旅行社转型的一个重要方向。

2023年,国内旅游业加速回暖,旅游业入局者众多。文化和旅游部数据显示,一季度国内旅行社数量增至47069家;二季度末全国旅行社总数突破5万家,达到50780家。

观察中国国旅、中旅总社、广之旅、中青旅、春秋等行业头部企业,这些企业赢得市场的“生意经”,无不是在万物互联的发展背景下,加快推动旅游业务与互联网深度融合,探索“旅游+”发展路径与盈利模式,不断增强品牌优势。

近期,一纸签约书阐释了安徽环球文化旅游集团与青岛文旅融合发展集团“握手”合作的深意。

安徽环球文化旅游集团的前身是安徽省旅行社行业头部企业安徽环球国际旅行社。今天的安徽环球主要聚焦中高端市场,业务已经细分为定制游、研学游、老年康养旅游等多个板块。“以活动策划带业务拓展,已经成为当前的重要趋势。”该集团总裁助理胡晓霞在签约现场坦言,旅行社应当更好地传递“旅行即生活”的理念,而这一理念唯有“综合型服务”才能兑现。

而回归旅游业本源,旅游业是依托旅游资源和旅游设施向旅游者提供旅行游览服务的行业,涉及吃、穿、住、行、娱、乐、游、玩等多个方面,本身就是一项综合性的经济事业。这一属性决定了做一个“单一”的旅行商显然已经难以维系。

记者在采访中了解到,疫情发生后,一些中小型企业对于“困境”的感受更加深刻,更加不能忽视的是,目前旅行社“小而散”的现状并没有改变,能够具备“旅游+”综合服务能力的旅行社仍是凤毛麟角。

当然,在旅行社的谋变之路上,“让服务更综合一些”的趋向已是市场倒逼之下的选择。

部分从业者将旅行社作为流量入口,探索“旅游+生活”,将“生活”这一高频场景植入旅游,拓展业务范围。“现在有种说法:‘万物皆是旅游资源’。对于旅行社的导游而言,他们熟悉旅游目的地的优质商品、土特产等。把‘游客’



■青岛科技馆成为旅行社开展研学游业务的热门目的地之一。王雷 摄

变成‘顾客’,延长旅行社的产业链条,也是旅行社增强客户黏性、拓宽发展赛道的一种选择。”业内人士举例说,新东方文旅体现出这一发展趋势,目前,新东方正在积极规划其文旅业务在青岛成立分公司。

从中不难看出,跨界联合是旅行社生存下去,乃至生存得更好的一条路径。旅行社要从旅行服务者变为创意者、策划者,更多元地开发产品,变旅游服务为文旅项目全案策划营销,让客户群体及合作伙伴更趋丰富、多元。

综合服务商已是转型的必然,而要顺利如愿又需要每一位从业者加快业务“转型”。文化和旅游部目前开展了2023年旅行社转型升级培训,课程设置涉及市场需求研究、旅游产业发展趋势、产品创新、产品设计等,旨在提升旅行社管理人员市场敏锐性。

从大众化到差异化

近期,爱达邮轮旗下“地中海”号从青岛启航,为游客奉上“海上盛宴”——这艘邮轮是2023年中国市场上最大的一艘国际豪华邮轮。

在目前以旅行社包船为主的邮轮销售体系下,9月,青岛国际邮轮实现北方首航复航,为青岛旅行社的市场拓展开辟出崭新空间。“地中海”号从青岛出发的两个航次均由山东万达嘉合文旅集团作为总包船方。

邮轮包船业务是山东万达嘉合文旅集团提供差异化服务的一个主攻方向。“这是一种新的生活方式,而不仅仅是一种旅游产品。2013年,我们成立邮轮事业部布局邮轮市场。”李建华深感当下市场的不确定性背后隐藏的挑战,“担纲总包船方的压力不言而喻。不过,在挑战的倒逼之下,企业也率先完成市场重启阶段的资源重新梳理和整合。团队从中获得历练,有益于未来发展和战略布局。”

而这一战略布局正是依循市场趋势的乘势而为。

在“信息差”普遍存在的年月里,跟团游是出游的第一选择。如今,获取旅游信息的途径日趋多元,游客完全可以自行制定出游计划,为什么仍有游客愿意继续选择跟团游呢?

“根本原因有二:一是旅行社的先天业务优势;二是旅行社服务的应时而变,即大众化服务的弱化、差异化服务的崛起。”一位旅行社经营者告诉记者,产品同质化、服务同质化是中小型旅行社的“短板”,换句话说,没有市场细分就没有差异化的旅游产品。

山东万达国际旅行社出境中心总经理罗大鹏向记者举了一个例子:“从青岛市场出境游来看,相比于自己出行,旅行社在签证方面的优势最为明显,最晚提前一周报名提交材料就可以成行。”

在山东万达国际旅行社出境中心最新的春节计划书里,春节期间将推出肯尼亚、斯里兰卡等特色研学线路。“孩子们可以融入性体验当地的生活和文化。”罗大鹏介绍,采用精品路线和定制个性化产品来增加旅游产品附加值和独特吸引力,丰富旅游产品的有效供给,培育新兴业务和利润增长点,已是旅行社在业务领域寻求“突围”的必选项。

游客的出游方式正在发生着根本性的、不可逆的一个改变——这一业界感知已经落实在市场主体上。

记者从不同旅行社的行程单里注意到,10人的小包团占比增加。这一现象可以印证跟团旅游从“大众化”向“差异化”改变的市场走向。过去,旅行社主要是组织素不相识的游客共同出游,可以概括为“大众化旅游”。现在,以家庭为单位或者几个朋友的小团体大量涌现,趋向于差异化的包团定制服务。

从全国来看,作为在线旅游平台头部企业,

携程也将精品小团作为重点业务方向。携程数据显示,今年国庆出境私家团订单环比8月暑期大幅增长2倍多。在精致化出游的趋势下,定制化、差异化服务的需求也越来越大。

“截至10月底,定制需求同比增长了330%,比2019年增长30%。”携程集团区域政务总经理孙为立在接受记者采访时表示,携程集团现有6000多名旅行定制师,平均1小时内可以给到客人第一版完整的行程方案。此外,携程还将团体游拆解成70个细分环节,推出致力于团体游服务标准化、透明化的携程自营服务SOP。

岭南集团旗下广之旅更是要在“细分”上做“细分”。截至目前,其国内团队游业务已恢复至2019年同期水平,产品新品更新率43%。以亲子游为例,广之旅针对不同年龄段亲子游客特性推出“分龄玩”线路,提高与不同家庭出游的匹配度。“企业正通过推动供应链重塑、旅游产品服务创新加速、全渠道网络持续布局与融合,持续践行与深化‘一主多元’企业战略。”广之旅董事长、总裁赵文志说。

无论线上还是线下,处理好小众产品与大众产品、个性化定制与公众需求、散客需求与团队需求的迭代融合关系,加大文旅融合产品开发力度,已是旅行社转型中迫切需要解决的问题。

“不同的游客去往同一个地方的需求经常完全不一样。”李建华坦言,在这样的情况下,旅行社转型需要突出两个方向:一是定制旅行,主要是迎合个性化的消费需求;二是朝着资源掌控型方向发展,比如包邮轮、包机。二者的共同本质则是差异化竞争。

从需求牵引到需求培育

在采访中,有游客将某些旅行社产品形象比喻为“糖葫芦”模型。

“不管消费者是什么样的身份和知识层次,都要把涉及食、住、行、游、购、娱等旅游要素串在旅行社这个‘竹签’上,大家都是一个行程,最多将‘小糖葫芦’换成‘大糖葫芦’。这样的团,我们是不想再去了。”市民张女士退休后爱上了旅游,谈起过往的跟团游经历,她深有感触。

今天,这样的产品早已经“卖不动”了。旅行社不仅要“想游客之所想”,更要想“游客之未想”。

朱少康在青岛旅行社行业从业44年,目前是中国国旅(青岛)国际旅行社有限公司总经理。一路走来,他有着这样的深刻感受:“老路走不得,创新不能间断。”

“旅游市场需要一种新的形式来体现旅游的内涵。旅游从业者应当有更高的追求,要实现对行业消费的引导,而不仅仅是跟在游客后面被动服务,这样永远也追不上游客的‘脚步’。”朱少康介绍,自己所在的企业疫情之后不断尝试推出帆船、帆板、垂钓、游艇音乐会等体验产品,就是想充分利用青岛的旅游资源,吸引游客的目光。

在他看来,人们的旅游经验越来越丰富,出游次数越来越多,消费习惯早已改变。对于旅行社而言,市场变化的一个最基本的问题就是获利点的变化。

“现在,自由行多了,亲子游需求大了,以家庭为主的出行超过80%,团体游逐渐下滑。但是,传统的观光游不会被取代,仍然适合一定的人群,精准销售应是旅行社绕不开的市场之选。”朱少康直言当下的部分旅行社产品已跟不上消费者的需求,旅游从业者没有完全就游客个性化的需求而推出“供”的产品设计。

从单纯跟着游客需求“奔走”,到从产品设计上“引领”消费需求,一些旅行社正在积极

探索。

11月,春秋集团在上海举办冬季旅游产品发布会,发力方向是主题旅游,同时拥抱电商、直播、短视频等线上经济新业态,推出摄影采风之旅、“世界屋脊”之旅、冰雪嘉年华之旅等。这背后,春秋今年6月推出的第一款大模型产品“春小秋”功不可没,截至11月中旬,“春小秋”共服务用户2.5万余人次,根据用户需求自动推荐产品2万余款。AI助手可深度分析市场趋势,帮助企业决策。

从头部旅行社的实践不难看出,要想“走在前”,就必须率先迈出“领先身位”,以高质量供给引领新需求、产生新消费。

“各种营销、产品、宣传的较量此起彼伏,但只要不断向专业化、特色化、创新型的方向发展,向现代、集约、高效方向转变,我们有足够的理由相信,旅行社一定能带来‘诗与远方’的新期待。”旅行社从业者表达了这样的心声。

记者手记

今天,旅行社业务呈现出一定的“两极化”。低价游市场主打“薄利多销”,游客经常在一个城市游览,又在另一个城市住宿,“走马观花”式的出游,堪比“特种兵”。另一部分追求品质化的游客,有相应的支付能力,将体验感排在第一位,“私人定制”的小包团成为他们的首选。不过,介于两者之间,更大份额的游客去哪儿了?

让专业的人做专业的事,是人们普遍认可的观点。但明明都想“省心”,为什么很多人却不愿意再选择跟团游了?人们都说“谁有信任不可辜负”,通过与一线从业者的对谈,记者认为这种“信任”至少包含三重深意:不能辜负自己,这是初心;不能辜负游客,这是原则;不能辜负行业,这是追求。

在当下的市场环境中,头部企业的成功实践对于整个行业来说,最重要的是带来了产业重塑的坚定信心。它们积极拥抱市场机遇的多元化发展,彰显了变革创新的价值和旅行社行业发展的韧性。但同时,也要看到中小旅行社的不易,为旅游市场主体提供更多便利。

今年以来,得益于旅行社责任险补贴、质保金暂缓缴纳政策及全市旅游业强势复苏,截至目前,青岛旅行社总数已达788家,在露营、研学等新兴业态领域,出现了一批专业旅行社。不过,正如全国趋势所展现,旅行社的业务恢复在整个旅游业的火爆中尚未达到预期。

意在争抢市场,仍有一些旅行社在价格上做文章,低价游、“零团费”等阻碍了行业的健康有序发展,整个行业的声誉被迫共同“买单”。今年,市文化和旅游局对旅游旺季投诉较集中的7家旅行社实名通报,并指导相关行业协会发布了2023年青岛市旅游线路产品“诚信旅游指导价”,全链条协同整治旅游市场“不合理低价游”。

转型升级的过程中,离不开人才的支撑,旅行社各个岗位缺人的现象较为普遍。“作为这么多年的老旅游人,我非常看好接下来青岛旅游业和旅行社行业的发展。希望更多的年轻人能够加入进来,明年会是一个新的开始。”一名从业者这样告诉记者。

“没有一个冬天不可逾越,没有一个春天不会来临。”希望“重启”后的旅行社坚守初心和原则,不放弃追求,渡过转型阵痛期,迎来行业的春天。

坚定产业“重塑”的信心

马晓婷

□青岛日报/观海新闻记者 杨琪琪

通讯员 李昊

本报12月11日讯 今年以来,市北区用好用活“美德信用+应用场景”。

为强化诚信经营理念,双山街道在万科商圈试点开展诚信商圈建设及“万科商圈十佳诚信商户”评选活动,打造诚信街道品牌,登路街道在啤酒街商圈试点开展“五星级诚信商户”评选活动,推出一批诚信为本的优秀商户;

市北区市场监督管理局和台东街道在啤酒街商圈、营口路市场设置“曝光台”,通报问题商户,表扬诚信经营商户;市北区人民法院开展“助力企业启用修复”专项行动,以金融审判助力民营和小微企业拓宽融资渠道,依法慎用查封、扣押、冻结等强制性措施,加强信用修复和正向信用激励机制建设,最大限度降低执行措施对企业产生的不利影响。

市北区还不断推动美德信用进社区、进基层,提升市民群众诚信意识。辽宁路街道开展“美德+信用”文明实践主题活动,探索“美德+信用”积分超市模式,积分可兑换生活用品;兴隆路街道兴德路社区组建“美德信用建设志愿服务队”,通过讲解理论政策、分享典型案例、交流经验体会等,推动美德信用融入百姓日常生活。市北区各中小学突出以德立校理念,开展丰富多彩的诚信美德教育和主题实践活动,引导广大中小学生养成明礼诚信的道德品行。

培育和践行社会主义核心价值观

2023年11月青岛市“文明市民”名单公布

共10人入选

□青岛日报/观海新闻记者 杨琪琪

本报12月11日讯 11日,市文明办公布2023年11月青岛市“文明市民”名单,共10人入选。

根据评选结果,青岛真情巴士集团21路公交车驾驶员韩建平获评助人为乐“文明市民”;崂山区金家岭街道石老人社区居民曲维巧、山东千牛电子有限公司经理宗磊获评见义勇为“文明市民”;平度市大泽山镇三山东头村村民刘元九获评诚实守信“文明市民”;北京市北体大国家冰雪运动训练科研基地国家柔道运动员于丹、青岛市畜牧工作站高级兽医师刘锡武、国网山东省电力公司胶州市供电公司胶西供电所所长陈一鹤获评敬业奉献“文明市民”;莱西市夏格庄镇宁家庄村村民刘福家、城阳区城阳街道前旺疃社区居民英昌芳、即墨区龙泉街道鑫园村韩家后寨网格村民宋波获评孝老爱亲“文明市民”。他们是社会主义核心价值观的践行者,用实际行动擦亮了城市的文明底色。

青岛市第十届家政服务员节启幕



□青岛日报/观海新闻记者

本报12月11日讯 日前,在青岛市总工会、青岛市民政局社会组织管理局、市北区人力资源和社会保障局的指导下和支持下,青岛市家政服务协会举行“青岛市第十届家政服务员节暨青岛市家政服务协会2023年度总结表扬大会”,通过系列活动壮大家政服务业队伍,促进家政服务走向专业化、规范化,推动青岛家政服务业全面提质扩容。

今年,青岛市家政服务协会党支部获“四星级党支部”荣誉称号;青岛市家政服务协会企业工会联合会成立,目前已拥有3000余名会员;居家养老、母婴护理家政服务职业技能大赛举行,累计参赛200余人,累计颁发青岛市家政服务协会专项技能职业培训证书600余本。

中车制动:创建世界一流专业领军示范企业

今年2月,国务院国资委在央企和地方国企中确定了200家创建世界一流专业领军示范企业,去年在青岛重组成立的中车制动系统有限公司成功入选。近一年来,中车制动对标世界一流企业,坚持在科技创新上求突破、在改革创新上谋深化,在示范创建上取得了积极成效。

创新驱动,技术引领能力持续提升。中车制动研发投入占比高于8%,其中,10%以上用于前瞻性基础性技术研究;提前开展下一代关键制动技术研究,研制成功了具有代表性的轨道交通车辆电子机械制动系统,并在国内实现首次装车运用。

机制赋能,改革发展动力持续增强。中车制动坚定落实两个“一以贯之”,将党的领导融入公司治理各环节;设立董事会战略与创新委员会,为科技创新等重大决策提供建议和支持;制定骨干科技人才激励实施办法,充分激发科技人员的动力和活力。(刘兰星)

今日有喜

高启先生与王军华女士于公历2023年12月12日领证结婚。相恋九年,终成眷属。至此,山无陵,江水为竭,冬雷震震,夏雨雪,天地合,乃敢与君绝。此!

纸短情长一世祝福

新婚祝福 爱情祝福 升学祝福 纪念日祝福 节日祝福
仪式感满满 便于长久保存 心动了马上安排

详情咨询 0532-6698 8527

心动价 1314元/次 (8x3) 2666元/次 (8x6) 5000元/次 (8x10)

通知