

朋友圈从晒风景到晒特产,从业者从带团出游到直播带货…… 江门旅行社纷纷“出圈”自救

“大家好,我是春秋旅游达人焜哥,这次我又来到春秋种植基地,带大家看看新会柑的成长情况。”镜头前,这位为新会柑代言的不是别人,正是江门春秋国旅董事长黎兆焜。

受新冠肺炎疫情及经济大环境的影响,旅游行业遭遇“寒冬”。在缺少游客、很少出团的日子,江门的旅行社并没有闭门自封。面对困境,多家旅行社跳出舒适圈,展开了自救,有的开店卖车,有的种植特产,有的则坚持直播带货或抖音短视频导购。疫情之下的旅行社积极修炼“内功”,为未来旅游行业的全面复苏蓄力。

文/图 江门日报记者 陆沿任



▲江门春秋国旅开拓新业务,种植新会柑。

▲江门交通国旅总经理容柏钊(左)通过直播讲旅游。

现状 旅行社开拓新业务自救

“没想到旅行社还能卖车,真是个新鲜事。”上周末,闲来无事的周先生来到位于白沙大道西的一家旅行社,本想了解一下旅游线路的他,却意外发现新增了一个汽车销售展厅。展厅内摆放着不同品牌的车型,有燃油车,也有新能源汽车。旅行社的牌子依然挂在墙上,但增加了汽车销售的新业务。

据悉,该旅行社自2021年以来,就积极开拓汽车销售业务,并合作成立了汽车销售店,吸引了不少市民的关注。“我们留意到,现在换车的消费者越来越多,且对新能源汽车越来越追捧,相信这是现在乃至未来的发展方向,所以合作成立了一家全品牌销售展厅。同时,旅游工作人员变成汽车销售经纪人,介绍此前积累下来的旅客购车,以将资源转化为销量。”该旅行社相关负责人表示,自新店成立以来,其销量一直保持稳定增长。

疫情之下,开拓新业务成了不少旅行社自救方式之一,江门春秋国旅副总经理王奕娜也向记者介绍了公司旗下的新业务——种植新会柑。早在2020年初受疫情冲击的时候,江门春秋国旅就开始布局新业务,接连开拓了“春秋商城”“春秋传媒”等新领域,而其中最关注的莫过于新会柑的种植。

“目前,我们在新会已经拥有约6公顷的春秋新会柑种植基地,预计今年新会柑的年产量可达15万多公斤,迎来大丰收。我们所种植的是纯种的砀枝柑,其制作出来的陈皮收藏价值很高,相信能给我们带来不错的收益。”王奕娜说。

“各位朋友好!欢迎来到我们的直播间!”走进江门交通国旅的办公室,记者发现里面布置着两个简易的直播间,一个布置着大块的绿幕,供直播时更换旅游背景,另一个直播间的桌面则摆上了陈皮、外海面等江门特色旅游产品。江门交通国旅总经理容柏钊讲旅游,也卖旅游产品,每当没那么忙的时候,他都会准时坐在镜头前,开始当晚的直播。

早在2019年,容柏钊就开始尝试利用短视频记录跟团游客的旅游情况。疫情后,容柏钊敏锐察觉到“云旅游”的火爆,他开通的“旅游达人容少爷”“江门交通国旅”微信视频号,不仅发布短视频,带游客“云游”江门,还举办了多场直播活动,推介全国旅游目的地,如今粉丝已超过5万。

“我告诉自己不能停下来,从2021年年底开始第二次创业,探索自救。”与容柏钊多点开花的尝试相比,许展敏的尝试更加专注于短视频。作为飞扬旅游的董事长,如今她还有另外一个身份,那就是拥有超12万粉丝的旅游达人。

“今年1月底,我开设了抖音号‘许多多又飞了’,从广东自驾游到广西、贵州、重庆等地,半年跑遍30多个城市拍摄抖音短视频,并深入当地景区、酒店,与同行交谈求变、合作之路,同时推荐优质旅游线路及景点,致力于整合旅游的线上线下模式,取得了不错的成效。”许展敏说。

探因 跨界创收缓解经济压力

“虽然暂时不能带你去‘诗和远方’,但为你提供吃喝玩乐仍是可能的。面对全行业的困境,我们没有放弃,我们在努力自救。”大方旅游旅行社一名工作人员在朋友圈写道。

本地旅行社积极转型,跨界创收的背后,是疫情之下缓解自身的经济压力。

“发卖货广告,不代表我们改行了。等到行业复苏之后,我们会满血归来!不抛弃,不放弃!旅游始终是我们的主旋律!”近日,江门一旅行社的导游在朋友圈发出了“九宫格”,图文并茂,招揽生意。

“没团,没收入。这是疫情带给我们最直观的影响。”该导游坦言,损失最重的还是旅行社老板,他们既要发放员工的基本薪酬,还要统筹旅行社整体规划。由此,疫情期间,她积极响应转型升级的号召,和许多同行通过不断学习,提升技能,开展朋友圈卖特产、直播带货等跨界创收服务,平衡收入结构,摊薄风险。

“坦白讲,疫情对我们影响很大。”王奕娜告诉记者,自2020年疫情发生以来,公司每年都亏损,今年由于疫情的反复及经济大环境不景气,亏损更大。“从旅游这块的营业收入来看,目前可能只有2019年同期的20%左右。但是,我们是一家成立了19年的老牌旅行社,公司有不少10年以上的老员工,一直追随着我们。作为一家企业,应该要有社会责任感,为了员工,也为了我们对旅游事业的热爱和情怀,所以我们一直在坚持。通过跨界创收来缓解公司的经营压力,也希望通过旅游+的跨界发展,多方面提升公司员工的收入。”王奕娜说。

除了江门城区外,开平不少旅行社负责人也摇身一变,成了朋友圈的“微商”,他们每天宣传的产品包罗万象,从海外产品到本地特产,从食品到化妆品、日用品,仿佛一名专业代购。某旅行社开平营业部负责人张先生告诉记者,受疫情影响,目前公司还不能做团队游,为了生存,他们积极求变,依托原本积累下的渠道和人脉,为大家“带货”,不放弃希望,危中寻机。“在带货领域,我们只是一位刚刚入伍的‘新兵’。但新领域的开拓,可以给公司员工一条新的路子,员工可以通过带货营销获得一定报酬并始终保持工作的干劲,一旦团队旅游复苏,这些‘新兵’依然能够马上冲锋陷阵,夺回失去的‘阵地’。”张先生如是表示。

未来 修炼“内功”等待春暖花开

“冬天已经来了,春天还会远吗?”用这句话来形容当下旅行社对未来的期待,再恰当不过。随着进一步优化疫情防控的“二十条措施”出台,多家旅行社有关负责人表示,相信明年的国内旅游市场有望放开,旅游行业或将迎来真正的复苏。那么,在旅游市场的春天到来之前,各旅行社该如何修炼“内功”,为未来旅游行业的全面复苏蓄力?

五邑大学教授王忆表示,由于出行需求恢复还需等待一些时日,除了当下的自救外,旅行社必须为未来的长远发展前景做出规划。建议旅行社可以进一步探索,通过深挖特色旅游产品进行自救,例如以“一家大小”作为国内游的核心用户,有针对性地研发多主题旅游如乡村游、康养游、周末亲子游、红色旅游和扶贫旅游等主题产品,为游客提供有增值属性的旅游服务。

王奕娜也表示,江门春秋国旅打算进一步深化美食游、赏花游线路,把应节食材、当季花海融入线路中,同时结合亲子研学、学生研学、美食培训等,让游客不仅能品尝美食,还能跟着“粤菜师傅”感受制作美食的过程,以边游边学边品尝的模式,让旅途更有“味道”。

江门市旅游行业协会副会长兼秘书长陈文飞则认为,此次疫情对于从业者来说是一个转型的契机,倒逼从业者进行转型、改革,更加重视线上营销和产品创新。通过短视频、直播的宣传,可以打造个人IP,利用抖音、微信视频号的精准算法推送,进一步获取区域乃至公域流量。同时这也是一个新玩法,可以与景区、酒店进行资源整合,实现另一种流量变现。

“传统旅行社可以抓住这一契机,结合原有产品和视频、直播,探索更多适应于用户需求的多元玩法。”陈文飞建议,旅行社应主动适应“微度假”、碎片化的消费需求,推出更多细分产品,融合细致、深度体验,着力挖掘当地差异化的优势资源,组合更多新元素。“未来,康养养老和研学旅游两类产品极具市场潜力,导游可计划考取健康、营养方面的证书,提高自身竞争力。另外,导游也应掌握短视频、直播等新型带团工具。最后,还应保持良好的心态,调理好身心,为团队游恢复后的工作做好准备。”陈文飞说。

“星光不问赶路人,相信旅游业将迎来春暖花开。”王忆说。

江门共建成25个“粤书吧”,数量居全省首位 “粤书吧”让书香浸润旅程

近日,新会区崖门镇京梅村公共文化空间(蔡李佛文化中心、粤书吧)作为江门市唯一代表,入选“2022年广东省最美新型公共文化空间案例”。

由广东省文化和旅游厅推动的新型阅读空间品牌——“粤书吧”,不仅搭建了全民阅读与特色文化有机结合的文旅融合体验新场景,还在公共文化服务体系建设和推动文化和旅游融合方面进行了“有温度、接地气”的创新探索,营造“悦读书、粤旅游”沉浸式消费场景。

在江门,阅读正成为一种享受,“粤书吧”伴随着文旅融合的春风,如雨后春笋一般,在景区、酒店、民宿、历史街区里“破土而出”。

记者从市文广旅体局获悉,目前,江门共建成25个各具特色的“粤书吧”,数量居全省首位,并进一步形成“一吧一特色”的发展局面,其中,2021年,蓬江区墟顶人家一屋“粤书吧”还获评2021年度广东省“粤书吧”建设最佳实践案例。

文/图 江门日报记者 李银换 何雯意



▲一屋“粤书吧”以新旧文化交织的方式,让旅客感受江门历史文化魅力。

▶“粤书吧”将文化带进了旅游景区,成为旅途中一道靓丽风景线。

促进文旅深度融合 催生发展新动能

走进京梅村“粤书吧”(景堂·京梅村图书室),一股独特的书香气息扑面而来。2000余册种类丰富的图书,古色古香的书架、书桌……别具一格的装修风格,使该书吧有不一样的韵味。坐在书桌前,从通透的落地玻璃向外眺望,一抹绿意映入眼帘,颇有格调。

京梅村“粤书吧”,位于京梅村蔡李佛文化旗舰店内,以文旅融合理念为引领,通过优美的环境、丰富的图书资源和多样化的文化品牌活动,为村民和游客创造新型公共文化空间,为京梅村的乡村旅游发展注入新活力。

京梅村(蔡李佛)文化发展和策划者、中国策划研究院执行院长陈荣彪介绍,京梅村在创建了蔡李佛文化中心后,引入社会资源,在京梅村乡村旅游文创专营店的基础上,设置了与京梅村文化特质相适应的“粤书吧”,共同构成了文化和旅游公共服务的场所。让本来就魅力四射的京梅村AAA景区,在硬件升级改造的同时,增添乡村休闲文化元素,丰富

了乡村旅游的内容,提高了乡村旅游的质量。在原开平塘口镇小礼堂旧址基础上改建而成日礼堂咖啡“粤书吧”,一楼为咖啡经营区和文化遗产展示区,二楼为休闲区和阅读区,为塘口青年文创小镇建设提供充实的文化内涵支撑,助力塘口镇实现文化振兴和文旅融合,逐渐成为被市场认可和打卡的网红书店。

“粤书吧”将文化带进了旅游景区,也实现了景点历史文化的活化利用,成为旅途中一道道靓丽的风景线,给文化“加码”,更为旅游“赋能”。文化是旅游的灵魂,旅游是文化的载体。市文广旅体局相关负责人表示,“粤书吧”在完善了商业步行街、乡村旅游点、酒店、民宿等旅游经营单位公共服务设施的同时,也丰富了文化内涵,依托优雅舒适的环境空间,举办专题讲座、分享会、展览、沙龙等活动,吸引更多人群参与,促进旅游消费和文旅行业复苏,实现政企资源共赢。

打造沉浸式体验空间 推动文化遗产传承发展

墟顶街被视为江门的城原点,见证了江门这座城市的风雨沧桑和光辉繁荣,也因此承载了厚重的历史文化底蕴。

一屋是一家由墟顶街旧屋改造而成的特色民宿,以新旧文化交织的方式,让旅客在享受特色住宿体验的同时,感受江门历史文化魅力。位于民宿内的墟顶人家一屋“粤书吧”则由墟顶人家一屋文化公司和蓬江区图书馆共同打造。2021年,该书吧还获评2021年度广东省“粤书吧”建设最佳实践案例。一屋相关负责人介绍,该书吧每年都会定期举办春节赠春联、书香阅读节、公益培训等活动,主要面向本地居民、平时到书吧阅读的中小学生和到一屋参观的外地游客。除了图书外,书吧每年还会订购中文或英文版的报纸、杂志、画册,书籍不断增加。“我们将继续推进文化和旅游深度融合,为游客和读者创造不一样的阅读体验,围绕旅游文化拓展新型阅读空间,为旅游发展注入新动力、新活力,努力营造‘爱读书、读好书、善读书’的良好氛围,把‘粤书吧’打造成江门文旅融合的新名片。”一屋相关负责人表示。

墟顶人家、江门非遗书信馆、草坪里、大塘艺术驿站、光大学校、时光文化园、绍贤学校、大塘面村、仓东教育基地、旧礼堂咖啡等“粤书吧”,都是设在被修缮过的废旧建筑内,其建成和投入使用,成为发掘历史的起点,也为历史建筑注入了新生命。“粤书吧”也会针对性开展当地本土文献资料,让读者进一步了解当地历史文化和风土人情。

据悉,我市推动文化遗产保护利用和传承发展,与“粤书吧”相结合,打造沉浸式城市文化遗产体验空间,使“粤书吧”成为游客旅途中一扇认识当地文化的窗口。

专家声音

“粤书吧”应与在地文化深度融合

江门的“粤书吧”如何能更好地发展?对此,陈荣彪提出了几点建议:

- 一、“粤书吧”要尽可能与在地历史、文化、特色等进行深度融合,尽量让“有形”变“无形”;
- 二、要有温度、接地气,以创新的思维探索和营造沉浸式消费场景;
- 三、结合在地文化开展特色化品牌活动,形成“一吧一特色”的发展局面;

四、尽力实现所在地历史文化的活化利用,成为旅途中一道道靓丽的风景线,给文化“加码”,为旅游“赋能”;

五、要让其成为当地居民与游客的交流平台,扮演会客室、思想传播阵地、文旅发展助推器的角色,让乡村振兴成为更多可能;

六、探索数字化的深度服务模式,以更多元、智能的形式,助力打造公共文化服务高质量发展的亮点。