

导游在抖音带10万人云游浙江 乡村推出“买一送一”的消费券 浙江旅游人机智自救

本报记者 叶晨 杨希林/文 受访者供图

4月9日晚,携程集团董事局主席梁建章的珠三角地区酒店度假产品直播售卖活动如约而至。这已经是第二场。

上一次,他身着古装汉服直播推销湖州旅游产品,1小时销售额达2691万元。

不过梁建章带货带货的成功,得益于他够大腕,平台强。

在这次疫情中,更多普通的一线旅游从业者,在没有资源、没有流量、没有资本的情况下,摸索自救之路。

网红女导游 带着10万人云游浙江

杭州西湖区金牌导游、网约女导游胡娜娜,长相酷似刘诗诗,业务能力好,是一单难求的网红导游。这次突如其来的疫情,打破了她今年的所有规划。

“1月27日,我成立的导游工作室接到了暂停经营团队旅游及‘机票+酒店’产品的通知。”2月初,胡娜娜及工作室其他成员,开始全面陷入“宅家”待工期。“对旅游业而言,每年除了春节和12月,其他月份都是旺季。可直到3月中旬,我一个活都没接到。‘从西北风喝到东南风。’”

“朋友圈里,不少导游在做微商,很多导游转行做保险。有一个男导游,为了养家,直接去兼职送外卖。”胡娜娜说,“3月初各地‘云游’热起来以后,有的资深导游被请去上网课,有的试着在抖音上开直播……”

并不是所有的云游直播都能“收割”流量。在胡娜娜的抖音号关注名单里,有来自五湖四海的几十个导游抖音号,但部分导游的粉丝数,只有寥寥数十人。

“和他们相比,我是幸运的。”胡娜娜告诉记者,2016年,因为游客随手拍摄的一段自己在宋城打鼓的抖音视频,她收获了近10万抖音粉丝。

除了才华和颜值,娜娜能拥有这么多“死忠粉”,和她过硬的直播基础也有关系。

2017年初,她就开始在抖音上开直播。“当时网约导游还是一个新兴职业。为了让游客和他们的家人放心,我索性拿手机开了个直播账号。想知道我们去哪里玩、怎么玩、玩得好不好,都可以通过我的直播实时监督。”

“宅”家的一个月里,胡娜娜尝试录了一节网课。另外她还受携程邀请,参与了3月8日中午12

点开始的女神节云游直播。直播画面里,胡娜娜一身温婉的旗袍装扮,一副黑框眼镜,手持一个iPad,上面滚动播放着浙江各大旅游胜地的风景照。画面每变化一次,胡娜娜便会用甜美的声音配上一段专业的导游解说词。

1小时过去,胡娜娜的直播间迎来了5.8万人次的浏览量,还有观众刷了好几个礼物。

“谢谢大家的礼物,以后见。”介绍完最后一个景点的胡娜娜,对着镜头比了一个爱心,关闭了直播。看着右下角的实时观众量数字,胡娜娜觉得,工作室复工的契机,似乎已经来临。

后来的几天,她开始做“预热”,带着直播团队出门为网友播报浙江各个景区的情况,并为游客下单游浙江做准备。直播期间,和观众们的互动,是胡娜娜最期待的环节。“在我的直播间,观众特别喜欢向我提问,后期团队还给我配了一个小助手,和我实时互动观众留言,帮大家答疑解惑。”

从浦江的乌浆牡丹园,到杭州的西泠印社、苏堤、飞来峰、拱宸桥……截至4月13日,胡娜娜做了5场直播,吸引超10万人次观看。

和直播人气一起上涨的,还有胡娜娜工作室的订单量。3月23日,胡娜娜终于迎来了复工后的第一单。“第一反应是老开心了,终于复工了!”这个东北妹子高兴地蹦出了家乡话。

买花还能换饭吃 刺激游客买买买

往年4月的周末,衢州柯城区石室乡的荆溪村总是熙来攘往,游客们不为别的,就是想看一看远近闻名的荆溪花海,吃一顿地道的乌溪江鱼庄饭,一天下来,能够破5000人。春夏旺季的时候,一到饭点,村里鱼庄、农家乐都是一桌难求。

可眼下,每天来访游客平均仅五六十人,人气最旺的一个周末,还不到300人。“来的人大多数看一会花便走,连饭都不吃。”石室乡宣传委员郑骏看到这样的情景,又急又窘迫。

之前为了栽种15亩郁金香,乡政府投入了约20万元,用于打造春季的赏花游热点。现在,花自顾开完又谢了,游客却没有来,投资的钱几乎打了水漂。“一天天看它们枯萎下去,直到过季,让人心焦。”

雪上加霜的是,荆溪村有40多户鱼庄与农家乐,赏花的客人少,意味着他们也没有生意可做。郑骏手上一份数据显示,村子旅游项目复工复产初期,



工作中的郑骏

游客接待量和鱼庄收入仅为往年同期1/4,甚至更少。

怎么破题?郑骏挠破了头。

3月初的一个晚上,郑骏刚吃完晚饭,突然接到了一位老同事的电话。“他在电视台工作,想做复工复产报道,看看旅游乡村现在有什么新点子新玩法能够吸引游客。”在老同事的提醒下,郑骏突然萌生了一个想法——现在好多城市为了提振市场,开始派发消费券来刺激市民的购物欲。“城市能做,乡村为啥不行?”

于是,他把这个想法和乡党委政府做了汇报,大家觉得可以操作,然后商讨并确定了具体实施方案。此后几天,石室乡赶印了一批纸质消费券,还特地开了一个资金账户,方便荆溪村等地的商家核销金额。

3月14日,石室乡推行的“消费券”正式亮相了。来访的游客只要购买消费券,在村里消费就能“膨胀”一倍。比如100元消费券,可以拿100元的郁金香、百合花,还能在全乡的农家乐进行等额消费。

这种新奇的乡村消费玩法,的确吸引了不少游客的注意。

近期,石室乡荆溪村的农家乐老板夏震普一早就得开始忙着宰羊、腌肉。因为来“买花换饭吃”的游客多起来了。“有一些游客自驾来的,买了1000元的花准备送亲朋,然后拿着乡政府发的1000元的消费券,在村里想吃啥就吃啥,我们一只烤全羊售价千元左右,游客等于能免费吃。”

“从上月14日到现在,消费券一共销售了约74700元。游客接待量和鱼庄收入和往年比较,也恢复到八成左右。”能拿到这个成绩,郑骏颇为满意。“疫情之下,很多旅游村的人气都下降很多,也影响了农村个体户的收入,所以我觉得重点还是要解决促消费的问题,这可能会是一个乡村也要拼创意、拼服务的时期。”



导游圈
“刘诗诗”胡娜娜



扫一扫
看疫情下文旅人想
出的创意新点子



荆溪村的郁金香花海