

# 抗疫百日,距离下一个旅游小高峰可能还有两个月 后疫情时代浙江文旅人的

## 危与机

本报记者 杨希林

5月5日下午3点,浙江省文旅厅发布统计数据,五一小长假期间,我省预约景区总数为455家,4A级及以上景区共接待游客796万人次。考虑到景区限流、跨省跨境旅游未恢复等因素,这份还不错的成绩单,展现了我省文旅消费全面复苏和文旅市场的回暖升温。

而若以1月24日起全国旅行社及在线旅游企业暂停经营团队旅游及“机票+酒店”旅游产品为起点,至5月5日,已过去102天。

文旅业走过着艰难的百日“蛰伏”,省内乡村游、周边游渐热,影城、剧院有序开放的消息也传来……一切都在预示着,国内疫情进入新的防控阶段,浙江文旅人迎来“后疫情时代”。



浙江世贸君澜大饭店

### 艰难蛰伏百日 文旅人的探索

据浙江省文化和旅游厅发布的信息,“五一”小长假,省内旅游市场近郊游、乡村游、观光游成为主流;此外,游客分时预约、预订意识明显,智慧旅游提质增效明显。

百余天来浙江文旅人面对“迎难而上”作出了两大改变:一是通过直播、网红带货等模式,运营模式开始从“线下”向“线上”转移;二是智慧旅游功能能进一步提升,管理更加科学有效。

今年2月,杭州西湖宝石山下的浙江世贸君澜大饭店,在酒店官网上线“健康外卖”、“自助餐预售秒杀”等多重线上服务。随后,更多省内的星级酒店开始推出“接地气”的服务:位于杭州江干区的星级酒店天元大厦在官方微信公众号挂出“月包房”服务;3月,西湖国宾馆线上开启定制客房产品的大促;主打“乡村度假”的湖州长兴开元芳草草地乡村酒店,与湖州长兴农产品协会合作,在酒店官网平台售卖特色农产品;4月,舟山舟旅南苑海上丝绸之路酒店,面向本地游客,推出五日游疗养团活动……此外,各个酒店还是和景区合作,通过抖音、B站、携程等渠道,销售“景点+酒店”预约制旅游产品,回笼流动资金,为接下来文旅市场全面复苏预热。

防疫需要的预约制,智慧旅游进一步升级,景区景点的管理也更加高效智能。“五一”小长假期间,预测客流可能全省第一的杭州西溪国家湿地公园(以下简称西溪湿地),除智慧景区系统外,还引入“零云一号”无人机自主巡航,实时立体监测园区人流,及时发现、疏导“堵点”;衢州开化根宫佛国景区投入人流量预警系统,以景区预定的承载量为标准,每天根据景区实时进入的游客量,机动票务,实时预警;建德市推出“一部手机游建德”智慧旅游小程序,游客先在小程序上预定了景区门票再扫码入园,既便捷又安全……从景区到酒店,“智慧旅游”的覆盖面大为提升。

### 后疫情时代 文旅产品更需更新迭代

五一小长假后,又迎来了剧院、室内文化场馆等有条件开放的消息,文旅消费市场正在逐步复苏。但跟团游、出境游、研学游、大体量室内文旅项目距离全面恢复仍有不少的时间,不少一线文旅人仍需要一段时间“扛”。

杭州西湖区金牌导游,网约导游胡娜娜,正是省内无数咬牙坚持的一线导游的缩影。“我主要带外省游客来浙江做定制游,研学也占不小的比重,但现在



饭店后厨

跨省游放开还没有日期,研学更受影响。”

不过经过“战役”,在“智慧旅游”和旅游产品的更新迭代之路上,浙江已经走在前列。经过首个“预约旅游”小长假检验,杭州在一系列前置要求下,结合旅游平台的产品变化、大数据信息,创新了酒店预售、高端旅游、分期消费、分时预约等“新玩法”;绍兴在推出“预约免费游”优惠政策后,在做足目前的景区旅游体验之外,还在努力挖掘东湖文化,打造研学游产品,主动寻找门票收入之外的景区创收增长点;舟山抓牢乡村游、观光游热点,面向省内外客源市场,开展以市场互换为重点的精准营销活动,推出一批以康养、祈福为主题的文化旅游线路……无数的文旅自救案例显示,浙江文旅人正在探索线上、线下相结合的经营模式,提升游客休闲消费体验的同时,也在增强自身的抗风险能力,避免传统的“同质化经营”。

2020年,是文旅融合的关键破局之年。疫情的突然暴发,让越来越多的文旅人意识到,这是一次意外冲击,也是一场考验。

“传统文旅产业的很多结构性问题,正在这次疫情冲击下暴露出来,比如淡旺季差异性、传统观光游模式化、线上线下营销不匹配……随着国内疫情得到有效控制,文旅行业更要通过经营自救、行业互救等形式,确保疫情防控和疫后重振两手都要硬、两战都要赢。”衢州市文旅局市场管理处处长雷昕认为。

7月初,浙江中小学和幼儿园即将迎来暑假。从现在开始计算,还有两个月的时间,浙江文旅人才有可能迎来下一个旅游消费高峰。后疫情时代,浙江文旅人仍需要坚守。



厨师正在准备健康外卖