

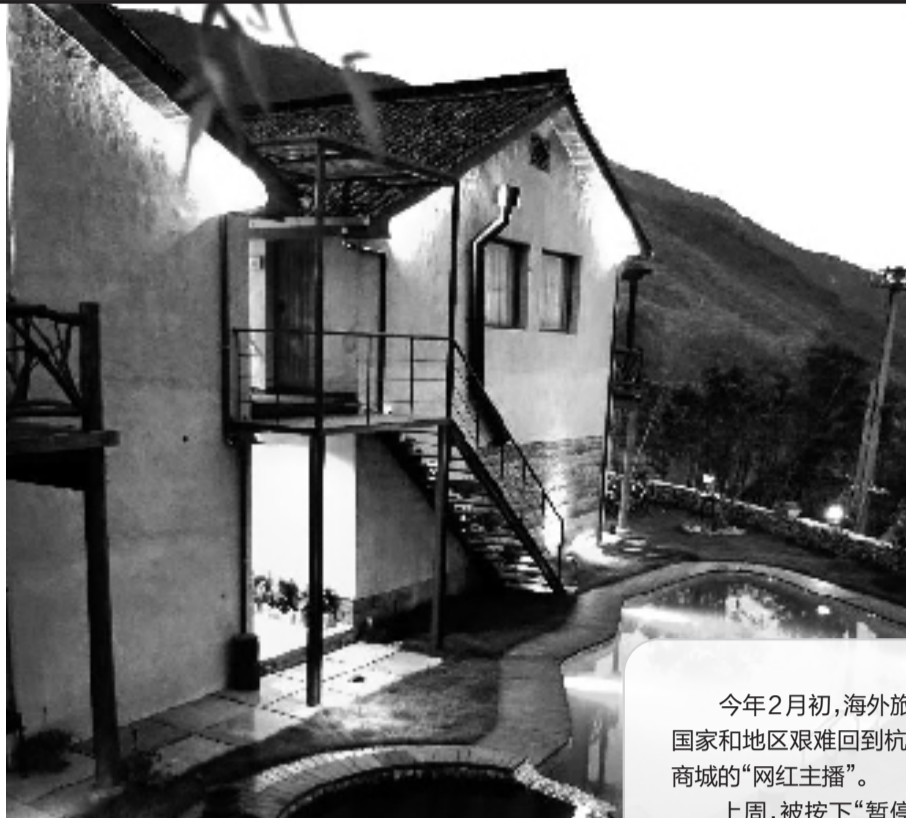
# 疫后百天,一线文旅人,积极“探春” 海外领队 变身网红直播 两月营收过百万

本报记者 叶晨 郑剑瑾

今年2月初,海外旅游有限公司领队何杉,历时28个小时,带着26人的南极团辗转4个国家和地区艰难回到杭州。转眼100天过去了,何杉从一位资深的海外领队变成公司网上商城的“网红主播”。

上周,被按下“暂停键”的浙江演艺集团,在江西南昌拉开了2020农历新年后的第一场商演。马上,他们将承接护士节的主题晚会。虽然时间紧任务重,导演和演员们还是难掩兴奋:“终于开工了!”

从浙江省文化和旅游厅5月5日发布的五一黄金周统计数据看,我省文旅产业已开始复苏,我省各行各业的旅游人也正在积极行动。



莫梵民宿



扫一扫,看更多一线  
文旅人的励志故事

## 1 业务全面停摆 转行线上直播

何杉

杭州海外旅游有限公司从业十年的境外领队

“大家知道家庭冲泡的咖啡豆应该怎么选择吗?你们知道黄金曼特宁G1豆子和黑白意大利拼配豆子的区别吗?”

5月8日晚上8点,滨江一间咖啡工作室里,何杉(小时新闻客户端2月12日报道《回家!绕行4个国家和地区,飞行28个小时,26个人,一个能不能少》一文中的主人公,杭州海外旅游有限公司的资深境外领队)正在向进入直播间的粉丝们介绍关于咖啡豆的专业知识。

从2月初带团回家后,我“待业”快100天了。每天的工作除了处理之前客人的订单,就是负责公司商城直播,希望能尽快转型成“网红主播”。

因为旅行社业务停摆,公司成立了商城工作组,我们也算生产自救,同事一起协作寻找合适的货源。直播现在刚起步,才做了五次,每周五直播一小时,粉丝数还很少,才1000多人。哎,隔行如隔山,直播真的比讲解难多了。第二次直播的空气炸锅,两周只卖了80几只。

每年的4月份前后是泰国榴莲成熟的季节,和我们有合作的泰国地接社榴莲果园里的榴莲也滞销。对接后,产地直销,我们带货,效果很不错。我们啥都卖,卖锅子、卖水果、卖咖啡,甚至梅干菜烤饼。两个多月下来,商城的营收也过百万了,但因为不是包销的模式,所以利润很薄,但总是一项收入。

今年旅游业受影响很大,大家要付房贷,要养儿养女,要应付各种生活开销,很多同事开始寻找兼职,公司其实也鼓励停薪留职自谋出路。但我没有想过离开这个行业,毕竟干了十几年,所有的资源积累都在这个行当里。趁着现在空,也可以多些思考,比如以后疫情防控很可能成为常态,大家出门可能更愿意和熟悉的人一起定制游或者组团出游,这需要我们提供更有特色和竞争力的产品。这几天泰国签证开放,外航也计划逐步通航,虽然离出境游复苏还早,但早早做好准备,我们一定能再次迎来希望。

## 2 停演百余天 浙演谋划一场“大戏”

王文龙

浙江演艺集团董事长

上周,被按下“暂停键”百余天的浙江演艺集团,终于在江西南昌拉开了2020农历新年后的第一场商演。昨天中午,记者在浙江省人民大会堂,观摩了浙演集团正在彩排的“致敬护士队伍·携手战胜疫



3月,抗疫医护人员在民宿度假(包饺子)



何杉(右一)正在直播中

情”护士节主题晚会。参与的每个人虽然累但都很兴奋:“开工了!”

去年11月,浙江演艺集团挂牌,下面有9家独立子公司,还拥有杭州剧院、浙江胜利剧院、浙话艺术剧院等一线剧场资源。每年3~5月份,是我们的演出旺季。但是今年,我们取消了赴北京、日本、摩洛哥等地的演出项目,同时大量已经预售的演出都做了退款或延期,3月底估算的损失已经1500万元了。疫情期间,我们停演不停练,停演不停创作,团队都非常稳定。现在集团的工资发放还保持一个相对稳定的状态。但是这些支出,主要来源去年的效益和盈利,如果再持续两个月左右,集团将会面临发不出工资的窘境。

上周,国务院印发指导意见,在预约、限流等前提下,可以开放影剧院等娱乐休闲场所。对我们来说,这是复工的讯号。年前我们就投入策划的“寻她

芳踪·张爱玲”可以演;儿童剧《哪吒“闹”海》去年10月预售票房就达到7成,现在也仍有一半观众没有选择退票等待开演,只要剧院开门,他们就能第一时间看到这出剧。集团下属每个剧团都最少安排了两个节目,包括评弹、话剧、儿童剧、音乐歌舞剧等,最好的希望是6月剧院复工,我们计划集中打造一个惠民演出季。

这段时间,我们不断思考,文艺演出如何转型升级?如何突破场地的限制?有人提出线上演出,但只能聚人气,付费观看的习惯较难形成;也有人提出可以用抖音、快手培育个人品牌,但短期无法给集团经营带来变化。文旅产业中最早恢复的是室外景区,我觉得文化演出完全可以利用当地较为空旷的场地,以艺术形式聚集人气,同时还能补充文化企业现金流短缺的问题,实现文旅双赢,这也会是浙江演艺集团今后的转型方向之一。

## 3 小民宿抱团 设计更个性的产品

沈蒋荣

莫干山莫梵民宿的创始人,莫干山民宿行业协会常务副会长,从业6年

每年的五六月,是民宿招聘的旺季。去年这个时候,月薪万元,难觅优秀的管家。但是今年,民宿业招聘的需求几乎停滞,湖州南浔区一则民宿招聘广告的起薪点,只有4000元。

莫干山仙潭村有145家民宿,其中90%都是返乡青年利用自家的房子改建的民宿,因为大多数民宿不需要租金,抗风险能力还算可以。但即便如此,我自己的民宿,春节前后的退单损失已经接近80万元。

疫情来得突然,我们毫无准备,只能被动根据政策走。刚开始是退房,收益清零。好不容易等来了春天,景区也慢慢开放了,可游客信心不足,不少经营者也没有选择开业。

机会总要自己争取。我和团队的小伙伴策划了线上直播、微信推文、售卖村里的特色农产品。但说实话,没啥效果,毕竟我们之前没有做过,更没有粉丝基础。

4月初,仙潭村大部分的民宿开始接待游客,不过入住率仅在15%~30%之间。但同期,莫干山其他大的品牌民宿开始通过线上促销、品牌活动、助农等方式宣传促销,入住率一下子恢复到了7成左右。这让我们清醒看到,没有营销策略、知名度、标准化服务的小民宿,在竞争中毫无胜算。现在我们联合所有的小民宿抱团发展,除了突出健康游的理念,还准备做一条民宿体验的路线,或许能吸引不少民宿爱好者的关注。