

行业观点

传统旅游何处去 唯有融合才是真

——浅谈传统旅行社转型升级之路

根据相关部门统计显示,2020-2021两年的疫情期间,已经有超过25%的旅行社匆匆忙忙选择了离开,但同时还有许多“新资本”、“新人”义无反顾的涌进了旅游行业,国内“大旅游”市场面临新一轮洗牌和竞争。

据了解,相当多原旅游从业者的改行者步履维艰,事实上不是所有的行业都是风口,一个新人进入新的行业,必须经过市场的残酷的游戏规则,经过一段很长的时间的沉淀,也就是你必须付出学费和代价,才能真正成为行业的“老人”,所以建议大家“更换赛道”要慎之又慎,否则将比在原来的行业行走的更为艰难。

当然,谁也无法阻止与改变历史发展的大趋势,面对外部市场的竞争,我们从业者如何应对?如果我们传统旅行社要坚守和获得新的发展,唯一要做的是如何识别认清新形势和把握新趋势,紧跟时代步伐,全身心融入行业发展新阶段。几十年来,从遍天下的大众旅游、观

光旅游到度假休闲游再到个性化旅游,个性化旅游包括目的地旅游、康养旅游、周末旅游、自驾游、亲子游、研学游、红色游、体验游等,如何针对旅游市场新需求,定制市场的爆款产品,需要重新进行社会化工分工,而这种分工协作,就是现阶段行业面临的市场“风口”,传统旅行社从业者必须静下心来,审视现阶段及未来的市场需求走向。

打造适宜于新阶段的旅游产品,其实就是传统旅行社转型升级与产品创新的“双轨”发展进程,更是“大旅游”概念中的“旅游+”与“+旅游”多方业态融合叠加的过程,市场机会均等任何一个人,但作为行业的坚守着,仍具有较大的自身优势。

针对“旅游+”模式,主要是旅游+全域旅游模式,我们许多旅行社已经迈出了一大步,而“+旅游”是一种产业化程度的提升,是多方面、多范围的产业重塑与再造,通过农业、亲子、婚庆、节事、温泉、养生、营地等衍生旅游产品。

针对“旅游+”模式,主要是旅游+全域旅游模式,我们许多旅行社已经迈出了一大步,而“+旅游”是一种产业化程度的提升,是多方面、多范围的产业重塑与再造,通过农业、亲子、婚庆、节事、温泉、养生、营地等衍生旅游产品开发,可以为产业市场的拓展与升级打开了一个新的增量市场,但仍是我们的短板所在。

上述的两个过程,其本质是打造具有新形势下的个性化产品过程,更是新业态、关联业态相互融合的过程,随着“数字旅游”、“乡村文创”、“短视频制作”的更迭换代,我们必须主动深入旅游目的地,深挖旅游+业态,发挥我们自身的资源优势和人脉优势,规划设计出优质的乡村旅游产品,重新把握市场的主导权。

面对大旅游“产业融合”的新时代,我们必须转变思维,转方向、扩领域,要从重资源转向重体验,产品模式要创新、乡村旅游亟待重塑和升级,而我们从业者完全可蜕变为“旅游新产品制造

者”,量身定制乡村旅游的“小而美”产品,深度体验的个性化主题产品,并进行包括多媒体在内的多形式推广。

在咄咄逼人、虎视眈眈的外来资本的挤压下,生存空间被挤压,我们必须尽情释放“大旅游”的市场活力、市场生命力和市场创造力,目光转向多领域、多业态,扩大经营范畴,加快“大旅游”左右两端要素融合的速度,找准定位,深入拓展“旅游+”,包括文旅融合,将更多的资源转化为产品,促进二次和多次消费,重构旅游消费生态系统,激活新的生存发展空间。

“因海而生,向海而兴”。市场蓝海催生了一大批新型旅行社,传统旅行社的发展已经来到了历史的拐口,“旅游+”和“+旅游”的业态触角,已经铺天盖地、如潮水般的涌来,这种众多业态“相互融合”的时代,我们坚信旅游从业者能充分把握市场机会,坚定发展信念,在融合中实现新生。

(衢州市旅行社协会)

行吟兰溪

◎ 祝翔

《诸葛八卦荷花池》吟唱

芳草半塘痕,莲花底有根;
骚人今古醉,雅韵荡乾坤。



忆文理巨匠祝成润

戈水江南棹独春,
常青理事少功臣;
浮云过眼成雕佛,
椽笔沾衣似泪人。
德艺双馨文理圣,
诗书真谛茂丰神;
宏扬国粹千秋业,
身影无归志自真。

诸葛承志礼赞……

自然诸葛化真身,
伯乐相招第一人;
国粹弘扬湖上喜,
民情和合世间春。
吟诗快雨清风至,
泼墨浮云盛世新;
振臂惊呼天地动,
珠玑瑞气寄风神。

古村松岭外

明月星河松岭外,
桃园三友觅诗人;
问津香径兰芳尽,
幽意浮云奉洛神。

游历诗篇写长河

游历诗篇十一封,春燕花盛鸪鸣松;
隔山北斗游人集,丘壑风光在险峰。



回眸博物馆

置身原野曲流频,莺鹭鸳鸯岭外新;
恍若千年融世境,回眸花舞大唐春。

半月兰江赋月酬

月出惊山涧整悠,晚风野旷吹行舟;
云烟八卦溶溶影,一路吟哦赋月酬。

天下江南醉亭前

莺声啼破水中天,芳径无人草自妍;
一缕清风修竹动,诗心撩我醉亭前。