

# 文旅天下

## 服务升级、个性供给、更有温度

### ——大众定制旅行时代悄然到来

□□ 本报记者 李铮

定制旅行作为介于跟团游与自由行中间的旅行方式，已从概念走向市场，从高端走向大众，为日益众多的游客所享。从小众走来的定制旅行正逐渐走向大众，依托公共文化和休闲生活，让更多国民有的游、游得起、玩得开心、玩得放心。这是文化和旅游融合发展新时代旅游人的共同责任。

中国旅游研究院(文化和旅游部数据中心)近日发布的《中国定制旅行发展报告(2019)》指出,需求导向出发的服务理念、天然的基于游客评价的资源优筛机制、供应链端的整合与创新,使定制旅行成为旅游业高质量发展的推进器和有效抓手。

#### 谁是需求主体

从改革开放到上世纪末,是中国入境旅游蓬勃发展的时期,为外国游客入境推出的服务多带有定制元素,可视作定制旅行的自发萌芽期。从2000年到2012年,中国高端定制旅行市场进入培育期并得到发展。

2012年开始,世界邦、六人游、指南猫、无二之旅以及平台企业,如携程定制等针对大众定制市场的机构出现,让定制旅行开始走向大众。2016年开始,定制旅行驶入快车道,进入大规模定制的探索与尝试阶段。

“每个人都有定制个性化旅行方式的需求和权利。在过去几年中,定制旅行已成为市场主体促进旅游业高质量发展的拉动力之一。定制并不新鲜,它一直存在,但只有它能够让更多大众所享用的时候,才能称之为一个时代的到来。”中国旅游研究院产业所张杨博士在分享上述报告时说。

“定制旅行呈现给客人的旅游体验是私密化、社交化、主题化,不限人

数,可以独立成团,价格也很亲民。”携程定制旅行业务总经理谢兆圣说。游客只需在线提交一份定制游需求,提供出行人数、每日预算和兴趣点等细节信息,携程可以根据需求,匹配合适的旅行定制师以及相应的供应链。

中青旅自由行副总经理谭洁说:“2016年到2018年,中青旅的定制旅行业务量增幅从11%增长到26%。定制旅行是有温度的旅行,专业设计师要给客户带来有温度的体验。定制旅行需要给消费者如影随形的旅游服务,既自由又有保障。”

#### 从高端走向大众

携程平台提供的数据显示,定制游订单在城市间的分布中,二线城市已经占到42%,一线城市为36%。无论国内游还是出境游,定制游的客单价逐渐降低,正在为更多的游客所享。

随着人民生活水平的提高和旅行经验的丰富,定制旅行市场将面临分层、分众的趋势,消费者需要更多的品牌线路和品牌产品。

此外,值得关注的是,定制旅行在入境游市场增长迅猛,海外游客更愿意选择定制旅行。近两年海外定制游客的接待量迅速增长,如携程定制旅行平台2018年接待海外游客的数量是2017年的4倍。

### 如影随形、有温度的旅游

■ 凯撒旅游副总裁 汪辉

今年6月,凯撒旅游收到一位俄罗斯游客的定制需求,他是一位艺术爱好者,除了游览中国知名的美术馆和艺术馆外,还希望能与中国的国画艺术家学习交流;我们也接待过一位中国旗袍设计师,他希冀到日本去选购旗袍面料;也有客人提出要去南太平洋实现探秘梦想之旅。

消费者需求层出不穷,定制市场空间巨大。定制游已成为出入境游中增幅最快的旅行方式,增长率达到70%以上;国内游中定制出行占比也逐年扩大,且国内主题游定制成为趋势。

伴随定制旅行的兴起,旅行定制师应运而生,成为一种新兴职业。在

文旅融合的背景下,旅行定制师要熟悉目的地的历史文化与风土人情,具备长期丰富的旅游操作经验,具有专业的旅游产品研发和定制能力。非遗领域的传承人及专业人士进驻定制平台,能够满足消费者更专业、多元的需求。

■ 携程定制旅行业务总经理 谢兆圣

定制旅行业务改变了旅游业供给侧企业。首先,传统旅行社纷纷建立定制部,有的企业甚至转型为定制社。其次,传统地接社主要是导游、景点、车队三大部分,定制社的组织形态则与之完全不同,会有一个管理定制师的定制部,有行中管家部,有调度资源的资源经理,整个供给侧的结构、形态发生了很大的变化,因此旅行社的业务操作流

程也发生了很大变化。

■ 六人游创始人 贾建强

在定制游实践中我们发现,从价格优先到品质优先,定制旅行呈现三大趋势:服务升级,从标准化走向个性化产品,从原来卖货给客人变成客人提供服务,从隐性消费变成透明消费,不再有自费项目;渠道升级,定制旅行最重要的是点对点的连接,从分销到直客,从线下到线上,从低效到高效;资源升级,从切位、切房到动态采购,定制满足了个性化需求。

对于定制游平台而言,定制业务对供应链的整合能力有了更高的要求,需要专业人才,需要大数据,需要对资源和价格的控制,还需要让客户愿意买单的服务。

### 定制旅行与大众旅游并非对立

■ 中国旅游研究院院长 戴斌

近年来,随着国民旅游权利的普及和中高收入群体、年轻人旅行经验的丰富,标准化研发、规模化销售的团队旅游产品已经很难获得市场青睐。

低价旅游、零负团费以及随之而来的强迫购物、诱导消费、卖团甩团所形成的低品质形象,已经让旅行社、OTA(在线旅行社)等旅行服务商

陷入了严重的行业信誉危机。

随着大众旅游时代的到来和国民旅行经验的成熟,选择自由行者的人越来越多。游客不再是纯粹的消费者,而会介入目的地选择和产品设计。

但是游客用于信息搜寻、价格比较、目的地决策、小交通的成本也越来越高,所以仍需要新型专业化服务。定制旅行正是从消费者出发,依托旅行商的专业化运营,在分

众和分层基础上,为旅游者提供品质服务的商业模式。

定制旅行的时代已经到来。它是大众旅游从初级阶段向中高级阶段演化的必然要求,也是旅游业高质量发展的必然要求,因而是全民的和全行业的。决不能把定制旅行与大众旅游对立起来,团队旅游也有高端产品,定制旅行也有大众市场。弄清这一点非常重要,不然会误导市场。



定制游市场呈现出分层、分众的趋势。

## 河南重渡沟民宿群:破茧重生

□□ 本报驻河南记者 陈关超

### 细分游客需求 探索精品民宿新路子

一走进重渡沟,脚步便慢下来。一座白墙黛瓦的小院,一条石板小径上白色鹅卵石蜿蜒,一轮“圆月”淌出淡淡的月华,推开一道木屏风,竹里、悦里、随心堂、花宿、忆江南等一家一景,一个个独具特色的精品民宿为游客带来美好的休闲体验。

“这几天,好几家民宿正在加班加点装修,旺季来临,提前一天开业就等于多挣上万块钱。”重渡沟旅游服务管理协会秘书长郑云峰告诉记者,景区民宿正如雨后春笋般开业,“开一个火一个,景区目前有26家精品民宿,还有12家正在筹建装修”。

重渡沟一年四季山泉喷涌,金鸡河、滴翠河两条河流发源于此,原始森林遮天蔽日,森林覆盖率高达98%以上,1999年7月投入运营以来,已发展成为远近闻名的旅游热点景区和乡村旅游目的地。

从2008年开始,靠家庭宾馆起家的重渡沟村民一路摸爬滚打,经历了4个发展阶段。郑云峰介绍,第一代是土坯房,第二代是平房加卫生间,第三代是快捷酒店类型,如今正在进入第

四代精品民宿阶段。

最初,办家庭宾馆并没有让村民挣到钱。挣点钱也都用在了“折腾”(改建)上。郑云峰深有感触,低档次的家庭宾馆卖不上价钱,游客也不满意。村民们就拼命地加盖房子、增添卫生间,最后弄得“四不像”,档次不够还得改建,甚至拆除。

从2013年开始,家庭自助游客群占到重渡沟游客总量的70%以上,在统一模式下建设起来的农家乐无法满足游客个性化需求。一味地加盖房间扩大规模、互相模仿和恶性竞争也影响了口碑,使得乡村旅游失去了韵味,当地住宿业陷入困局。

更重要的是,来到重渡沟的游客需求各不相同,怎样细分游客需求,留他们住一夜?一个个现实问题,倒逼重渡沟开始探索精品民宿的新路子。

#### 做完减法做加法 有舍才有得

民宿房间不能多而杂,具体多少间合适?经过多方论证,结合相关标准要求,重渡沟将民宿房间数量统一控制在14间以下。

“一开始,群众不愿意把钱花在设计创意上,而是自己找家庭装修队,结果房子装修得不伦不类,一没有设计感,二没有文化品位。”栾川县文化广



电和旅游局副局长胡建武说,民宿必须有专业人员设计。

2015年,重渡沟风景区有限公司做出决定:建立民宿规划设计基金。2015年至2017年,重渡沟村民凡是聘请专业规划设计机构设计民宿的,该公司给予50%的设计费补助,剩余的50%设计费公司先行垫付,民宿运营盈利后,再还给公司。

在这一政策鼓励和引导下,有19家民宿享受了这项优惠政策。3年来,当地共投入设计资金400万元,群众享受补助200万元。有专业设计的民宿,其收益立竿见影,例如,忆江南民宿总

投资260万元,建有12个房间,当年营业额即达到80万元。

经过专业策划、文化创意导入和专业规划设计的民宿,建筑结构更坚固,给排水更专业,还安装了地暖采暖、中央空调分体控制、太阳能加空气能热水系统,消除了乡村管线乱走、空调机满墙挂等乱象。随后,2018年成立的栾川县民宿业发展智库委员会又聘请了20多名专业设计师和策划专家,旨在更进一步解决乡村民宿后续发展的智力支持问题。

在资金方面,民宿一次性投资过大,村民手里没有几百元建不成民

深藏在豫西伏牛山区的栾川县重渡沟景区,夏季清爽宜人。沿着蜿蜒的山区小道,树木郁郁葱葱,河水清澈流淌。重渡沟景区开业20年来,曾因农家宾馆名噪一时。如今,这里的农家宾馆正提档升级,探索出了新山水经营理念,一座座散发艺术气息的乡村民宿成为景区发展、村民致富的新动力。

### 小民宿大能量 景区迎来发展新契机

重渡沟曾是出了名的穷山沟,景区开发前全村年人均收入不足400元,耕地不足两分,村民住的全是土坯房。通过专业化引导,村民大力发展民宿,“有舍才有得”“宁要一人住十天,不要十人住一天”的民宿经营理念慢慢成为共识。

去年“五一”开业的民宿“慢居十三月”,带动周边村民致富的效果凸显。老板孟书军说,除了解决周边8个村民就业外,老百姓的千层底布鞋、核桃、柴鸡蛋尽管比市场价略高,也成为住在这里的游客的热门“伴手礼”。

如今,小民宿带来了大产业、大市场,重渡沟特色精品民宿已经发展到28家,民宿消费规模达到5472万元。2018年,重渡沟景区共接待游客91万人次,家庭宾馆接待过夜游客73.5万人次,重渡沟村民人均旅游纯收入4.63万元,户均旅游纯收入超过15万元。

重渡沟作为“景区带村”旅游扶贫示范项目,特色的乡村民宿起到很大的助推作用,一家家特色化、品质化的乡村民宿正在山村次第建成,组成了一道山村最美风景线。

