

跨省游重启 国内旅游重新拥抱“诗和远方”

自今年冬季因疫情停摆170多天后,跨省团队游终于在暑期旺季迎来重启。7月14日,文旅部正式宣布有条件恢复跨省游及“机票+酒店”业务,同时将景区接待游客最大承载量从30%放宽至50%。一石激起千层浪,各家旅游预订平台上,国内跟团游、自由行搜索量瞬间大幅飙升,部分OTA搜索量相比开放前暴涨超500%。不过,文旅部也强调,业务重启和市场恢复都要在做好疫情防控这一大语境下推进。

跨省团队游重启的“靴子”落地。本次,文旅部办公厅发布的《关于推进旅游企业扩大复工复产有关事项的通知》(以下简称《通知》)指出,各省(区、市)文化和旅游行政部门在做好疫情防控的前提下,经当地省(区、市)党委、政府同意后,可恢复旅行社及在线旅游企业经营跨省(区、市)团队旅游业务。同时,中、高风险地区不得开展团队旅游

业务。出入境旅游业务暂不恢复。

不过《通知》也对旅行社组团规模进行了要求。《通知》指出,旅行社要严格落实各地防控要求,根据自身运营能力和供应商、合作商接待能力,提前发布组团人数等产品防疫要求,严控团队人数,提倡小规模旅游团队。要合理安排团队旅游线路、规模和出游时间,分时段、分批次、分区域开展旅游活动,避免游客聚集。

此外《通知》还明确,要做好应急处置。旅游团队如发现疑似症状人员,旅行社要立即停止该团旅游活动并第一时间报告,配合相关部门做好疫情排查和防控措施。

据悉,跨省团队游“回归”的消息发布后,不少旅行社和OTA迅速推出了相关产品。众信旅游方面表示,近期将推出的“周游记”“撒欢儿中国”等系列主题产品灵活调整为全国各地发团的产品。与此同时,去哪儿

网也上线了5500余条跟团游产品,待相关省市审核后启动销售。此外,携程表示,已准备好约12万个跟团游、自由行、主题游、定制游等各类产品。

同程国旅境内游CEO周中伟表示,从今年2月起,旅游行业暂停了170多天的国内跨省旅游终于恢复了,对于旅游行业来说,这一消息可谓是振奋人心。尚游汇文旅董事长钟晖表示,跨省团队游重启,有助于拉动暑期旅游消费;旅行社在旅游行业中是非常重要的环节,有着大量从业人员,重新开展跨省团队游业务,不仅可以帮助企业盘活现金流,也可以让更多的从业人员复工上岗。

不过,周中伟也表示,跨省团队游恢复的同时,也对旅游企业提出了新的工作要求,在当前国内疫情恢复良好的情况下,旅游企业仍需做好疫情防控工作,以严格规范的服务流程和标准,为跨省团队旅游行程提

供安全保障。

与跨省团队游“解禁”一样引发业界高度关注的还有“机票+酒店”产品的恢复。多家OTA相关负责人告诉北京商报记者,该消息一经发出,“机票+酒店”类产品搜索量瞬间飙升,而平台也迅速上线了数千条相关产品,只等开售的发售枪响。携程方面表示,《通知》发布后,携程平台上度假、酒店、民航等各个板块搜索量迅速增长。而去哪儿网相关负责人也告诉北京商报记者,截至7月14日晚9时,去哪儿网上的“机票+酒店”产品实时搜索量较前一段时间增长2倍左右,目前已有4000多条产品上线待售。中青旅遨游网相关负责人还表示,根据调查,跨省游进一步放开后,明确表示更倾向于选择自由行/半自助游的消费者占比42%。

“当前正值暑假,7月、8月预计国内将相对性地迎来一波持续性的出行高峰。”携程

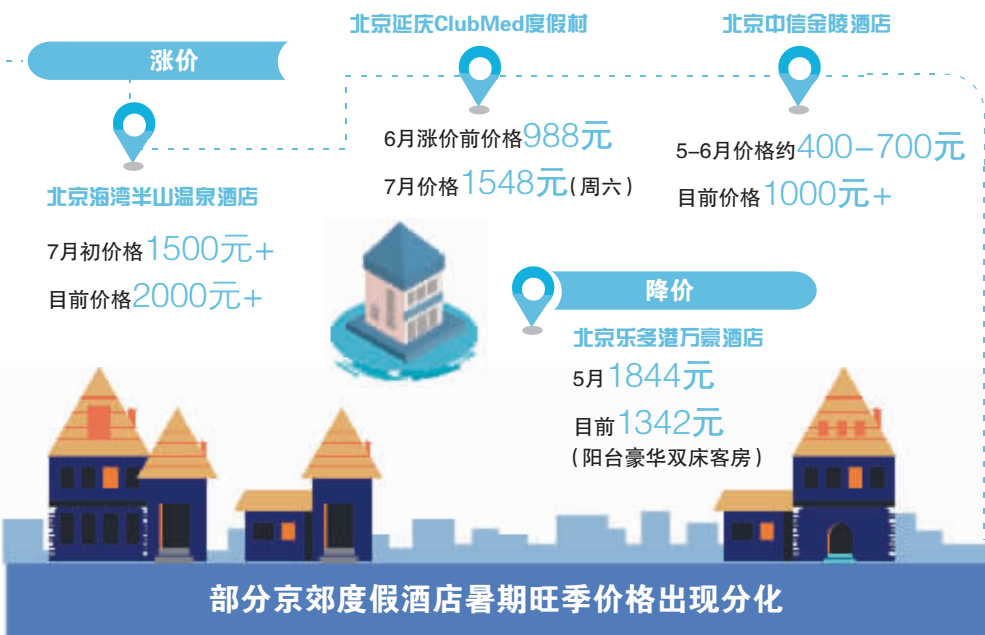
相关负责人表示,从数据上看,北京地区暑期机票预订量已居全国首位,其中,北京游客搜索三亚热度比上月大幅提升116%;而在酒店预订方面,北京市民暑期出行需求也十分高涨。

在跨省团队游、“机票+酒店”业务恢复的同时《通知》中对于景区客流“红线”的调整也令国内旅游业颇为兴奋“作为拉动大众旅游消费的核心引擎,景区限流政策的调整将直接影响各地旅游市场的恢复进程。”北京第二外国语学院中国文化和旅游产业研究院副教授吴丽云表示。

具体来说《通知》提出,旅游景区要继续贯彻落实“限量、预约、错峰”要求,接待游客量由不得超过最大承载量的30%调至50%。在严格落实各项防控措施的前提下,采取预约、限流等方式,开放旅游景区室内场所。北京商报记者 肖玮 蒋梦惟 关子辰

京郊游回暖 酒店民宿调价引流

7月14日,在北京无新增确诊病例连续8天后,酒店、京郊民宿都迎来了预订小高峰。据了解,不少京郊度假酒店周末甚至达到满房,此外京郊民宿预订也呈现火热状态。业内人士表示,暑期是旅游市场的旺季,也是京郊度假酒店回血的好时机。但从京郊度假酒店价格出现分化看,服务项目齐全且游乐设施充足的酒店更受青睐,价格自然水涨船高,而欠缺特色且娱乐设施不足酒店,则仍要靠降价来吸引游客。



还是1500多元,今天再登录,能够预订的房间价格已经在2000元左右,差不多快恢复到疫情前的价格了。”近期曾前往北京海湾半山温泉度假的王女士(化名)向北京商报记者介绍道。

王女士称,自己是于上周末使用了“6·18”活动时买到的1288元套餐,带孩子前往该酒店度假的。入住后酒店人数较多,早餐高峰期甚至要等位。该酒店客服人员表示,目前官方微信上的价格已是最优惠价格。除北京海湾半山温泉酒店外,京城不少高端酒店也均在“缓过劲儿”后逐渐将价格进行了上调。

具体来看,北京中信金陵酒店5-6月恢复营业后,价格约为400元/晚起。但目前该酒店在携程平台上显示的价格则为700元/晚起,7月18日价格甚至达到了1922元/晚。对此,该酒店预订部工作人员称,酒店7月18日预订已经满房,满房后网站可能会把价格进行抬高出售。另外,该酒店目前虽仍有优惠活动,但力度较此前有所减弱,且不允许在周五周六推出活动价格。

与此同时,北京延庆ClubMed度假村也将于暑期旺季涨价。根据其官网信息显示,7月该酒店起价为988元/晚,而8月起价则为1188元/晚,且该月大部分日期价格均为1548元或1458元/晚,该酒店相关负责人表示,今年暑期价格相比去年刚刚开业时的确有所上涨。

虽然京郊度假市场复苏情况喜人且部分酒店已在逐步抬高身价,但仍有一些酒店靠降价引流。其中,北京乐多港万豪酒店的价格就有明显下降。以“阳台豪华双床客房”为例,消费者5月初在该平台预订的含早价格为1844元/晚,而目前该平台同样时段、同款房型(不含早)的预订价格则为1020元;携程平台同款含早房型价格为1342元,比起两个月前,价格下调了近30%。如此看来,京郊度假酒店价格在暑期出现了两极分化的情况。

对此,北京第二外国语学院旅游科学学院院长谷慧敏指出,酒店房价是根据市场供需关系决定的,通常服务较好、娱乐设施丰富的酒店因为数量有限,所以在暑期出行需求旺盛时,会出现价格上涨;相反,一些酒店娱乐设施少、缺乏相应的度假产品,只能通过打

折促销来吸引游客。

借暑期“回血”

“无论如何,暑期对于京郊住宿板块都是一个快速回血的时机,毕竟今年上半年,京郊酒店也好,民宿也罢,都处于一个亏损的状态。”业内人士表示。一家民宿老板表示,今年本来做了充足准备,希望在端午节抢一波客流,结果又赶上疫情变化,只得暂时关闭。接下来,只能寄希望于暑假,毕竟今年上半年民宿关停了4个月,希望借助暑期客流止损。

除了民宿,京郊酒店也做好了备战暑期的准备。据了解,北京海湾半山温泉酒店就在暑期来临之际,率先开放了儿童乐园吸引亲子家庭入住。

对于拉动本地旅游消费,谷慧敏还建议,由于今年出境游还未放开,因此不少夏令营游学产品也无法成团,在此情况下,京郊度假酒店也可以联合本地教育机构做一些游学产品或者是夏令营,以吸引亲子家庭。同时,还能利用这些产品平衡度假酒店平日及周末的客房收益。

谷慧敏进一步指出,通常度假酒店都是周末预订人满为患,而平日由于家长们要上班,周一到周四客房闲置,因此酒店可以联合教育机构做一些针对12岁以上孩子的平日教育课程设置,这样既有利于平日酒店经营,又能在暑期解放家长。

谷慧敏还建议,实际上不仅是京郊度假酒店,当前商务会议市场压缩,一些市内的商务酒店生意也受到很大影响,因此市内酒店也可以推出一些寓教于乐的活动,甚至搞一些胡同文化等探秘的游览活动。不过,赵焯焯认为,相比之下,度假型酒店市场恢复速度较快,预计7月初初步复苏,而商务酒店则可能于8月逐步回弹,最终这一切都取决于疫情的防控情况。

虽然暑期京郊游市场复苏在即,不过谷慧敏提示,酒店、民宿在经营的同时,也同样需要重视疫情防控工作,毕竟安全是第一位的,一旦疫情再次出现变化,暑期游市场的努力都将化为“零”。

北京商报记者 关子辰 杨卉

乐高迷自制“赠品”催生新商机

乐高“满赠活动”下的免费赠品总是能引发乐高迷们的狂热追逐,而赠品的稀缺性也使其在二手交易市场上的身价日益水涨船高。截至7月14日,北京商报记者调查发现,在乐高近期推出的满赠活动中,新上线的赠品Hot Rod改装车,在闲鱼平台上已经被炒到300元。最近,在淘赠品路上越走越身心俱疲的乐高迷们找到了一条“捷径”,即通过找图纸、配颗粒的方式自制同款赠品,而这一市场需求也让敏锐的电商卖家们嗅到了新商机。

成本仅百元

“我对乐高的赠品真的是又爱又恨,从最开始一早到店里排队为了它买一堆可有可无的东西,到后来混迹于电商及二手交易平台高价淘,还不一定能淘到,如今我终于找到了一个省钱又省时的方法,那就是直接买图纸,然后再根据图纸配颗粒自己组装,绝对是性价比高,而且早涝保收。”乐高玩家田女士如是说。

和田女士有相同经历的乐高玩家并不少。乐高爱好者刘思琪表示:“我入坑乐高三年,从去年才开始接触MOC,主要是没办法到现场去抢购,而且满赠活动需要达到的消费标准也不低,有时候只想要一个赠品却需要先花上千元。”

北京商报记者算了一笔账,以乐高“六一”儿童节推出的小黄鸭旋转木马为例,该产品一共有140片零件,在电商平台,除了3只鸭子以外的零件,价格平均下来在0.3-0.5元,小黄鸭配件目前的价格在18元一只,在闲鱼上小黄鸭的图纸价格在1-2元。加上大多商家售卖的颗粒都免运费,这样计算下来,自己找图并配件的价格在100元左右。而目前在闲鱼上,小黄鸭旋转木马平均被炒到600多元。

卖家伺机而动

乐高迷们的热情还催生出了一条赠品配货生意链。在白天的工作结束后,IT行业从业者刘先生就变身成某二手交易平台的卖家:“因为我和妻子都是资深的乐高迷,三年前,我将当时的一个比较简单的插件拼图复刻了下来,后来发现圈子里早就有人做这个生意了,也就动起了这个心思。”

北京商报记者调查发现,如今在电商平台上做赠品配货的卖家很多,既有专门卖图纸或配颗粒的,也有从图纸到配货提供一条龙服务的。以某卖家为例,图纸的月销量为2337单,另一家有3000多粉丝的专卖乐高颗粒散件的淘宝店铺月销量为300多,该店主告诉北京商报记者,自己从三年前开始卖散件,之前平均月销量在一两百单,而今年平均月销量能达到四五百单。店主强调,乐高每次推出纪念款、限定款产品之后,前来找他配零件的玩家都特别多。

据刘先生介绍,现阶段由于电子版图纸可复制性很高,所以价格卖不上去,一般也就一两元;由于日常工作比较忙的

关系,我现在店里的图纸基本上都是从别人那儿打买过来的,价格上相对会更便宜。这些图纸有直接复制的官图,也有乐高资深玩家对照官图复刻下来的,但是基本上都和官图差不多。”

而在颗粒配货方面,某电商平台卖家周先生表示,零售的颗粒均拆自乐高官方套装,所以在质量上不需要担心;事实上,玩家要想配齐某款限定赠品其实是有难度的,基本上不可能在一家店里配齐。就拿小黄鸭旋转木马举例,除小黄鸭配件外,其他零件基本上都能在我的店里配到,但是小黄鸭很难买到,所以好多玩家都用其他的比如小熊配件来代替。”

图纸质量参差不齐

虽然如今有很多玩家看着官方推出的图就能大致还原一张一模一样的图纸,但其实这只是外观上类似,内部结构是不一样的。

闲鱼卖家钱女士告诉北京商报记者:“比如小黄鸭旋转木马,玩家扒出来的图和原图就有差异,从手柄的位置就可以看出来。而且官方的积木都会有一个编号,自己去仿照拼出来的模型肯定就没有了。”

“其实我个人还是希望赠品的获得方式能更多一些,全国只有3家乐高店有乐高赠品活动,而且就是到这几家门店购买还得排队抢购,不然也买不到。”乐高玩家史凯琪如是说。

在业内人士看来,如今玩家通过复制图纸来得到赠品的做法,其实是脱胎于乐高LEGO Ideas平台的MOC玩法。对此,北京大学文化产业研究院动漫游戏中心主任邓丽丽认为,这种玩法的初衷其实是要提高玩家的凝聚力、参与度以及开发玩家的创造力。然而,现阶段市场上越来越多的对图纸翻版的行为,乐高官方应该表明态度,可通过发表声明来减少这类问题的产生,因为长此以往一定会给品牌造成损害;与此同时,玩家要有尊重原创的意识,人们可以对图纸进行创新,但不能只是复刻官方的原图。随着人们知识产权意识的不断提高,未来玩具市场将不断健康发展。”

至于玩家翻版乐高原图的行为是否构成侵权,对此,北京市中闻律师事务所律师赵虎表示,如果乐高没有申请相关的专利,玩家翻版图纸的行为不涉及侵权;而如果乐高申请了专利,玩家只是做出图纸而没有生产出产品也不构成侵权。北京商报记者 肖玮 蒋梦惟 关子辰

市场快速复苏

北京日出东方凯宾斯基酒店的工作人员告诉北京商报记者,上周末,酒店几乎呈现满房状态。根据公开资料显示,北京日出东方凯宾斯基酒店主体建筑共有306间客房,此外还包含怀柔雁栖湖精品酒店和12栋精品别墅。

不仅是怀柔,位于延庆的北京ClubMed度假村也呈现出周末预订爆满的情况。据ClubMed中国区方面相关负责人透露,近两周该度假村房间早早就被预订一空。此外,北京商报记者还了解到,如位于密云的海湾半山温泉酒店等,周末都迎来了不少亲子游家庭。根据同程艺龙7月第一周的酒店预订量情况看,较上月同期实现了近15%的增长。

除了京郊度假酒店,京郊民宿的预订也恢复了往日的火热。据北京怀柔泰莲庭民宿创始人姚远表示,他所经营的泰莲庭民宿多个项目上周末也基本处于满房状态。据了解,目前该品牌民宿在北京拥有多个项目,共有200-300间客房。

姚远还表示,从7月上旬开始民宿重新恢复营业后,游客预订量就开始逐渐恢复,周末一度恢复到七八成的预订量。谈及往年预订情况相比,姚远还透露称,今年受疫情影响,端午节一度暂时关闭,目前游客数量基本已经恢复到往年水平,但是预订价格还没有完全恢复,相比去年,今年房间预订价格仅为往年的70%-80%左右。此外,怀柔有院以后“民宿”相关负责人表示,近两周游客接待量陆续攀升,基本已经达到暑期旺季的状态。

华美酒店顾问机构首席知识官、高级经济师赵焯焯表示,从目前疫情防控情况以及市场需求来看,虽然部分酒店相关设施,如温泉、泳池、健身房等尚未完全恢复,但并不影响暑期本地游市场的复苏。

价格两极分化

在预订火热的情况下,价格本应普遍水涨船高,但在北京商报记者调查中却发现,部分京郊度假酒店出现了价格分化的状态。

“几天前登录官方微信预订界面时价格