



旅游定制师,当游客开始为“服务”买单



哪条街上能吃到真正地道的美食,哪条街上有特色的酒店,哪里有好玩的景点,能够回答这些问题的人非刘海秋莫属了,毕竟这些内容都深深刻在她的脑海里。如今的她已经比北京人还了解北京,北京的每个角落、每一条街都曾经有她的身影。从入职旅行社做地接,到成为拥有上万客户的旅游定制师,在旅游行业已经“摸爬滚打”了19载的刘海秋,也在见证着旅游行业的变迁。

国庆长假,国内定制需求单同比增长**75%**,恢复并且超过上年同期水平。特别是国内的高端定制需求增长**300%**。平台上从事国内游定制的**1000**多家供应商全面复工。

2020年

国内旅游人数**41**亿人次,国内旅游收入**3.3**万亿元,分别比上年增长**42%**和**48%**。

2021年预计

告别跟团时代

旅游定制市场便从一开始的只有小众人接受演变成如今的行业“黑马”,而旅游定制师也成为了一个新兴的风口职业。

2020年的疫情,令整个旅游业猝不及防。“其实现在回想起来,在疫情时期去选择做一名旅游定制师,我觉得自己也是很有勇气的。”刘海秋说道。

早在2003年,刘海秋就职于一家旅行社,17年来,一直从事着入境旅游地接服务。在刘海秋看来,当时旅游市场刚刚兴起,入境游客的数量超过出境游客数量。在跟团游成为旅游市场主流的时代里,如何安排好整个团的行程,是刘海秋最主要的工作。在那个年代里,并没有服务于个体的意识。

一晃十多年过去了,游客们参团的费用也由最早的几百元上升到几千元,人均旅游消费更是不断呈阶梯式的上涨。后来的北京入境旅游中,已经很少看到廉价团、低价团,取而代之的都是品质游。

“一开始入境的客人还比较多,但随着后来人们生活水平的提高、旅游消费的提升,需求越来越个性化,定制化的旅游体验也逐渐产生。游客们不再想要‘上车睡觉’‘到点拍照’的旅游体验,取而代之的是能够深度化地体验当地的人文风土;越来越多的游客也不愿意在一起吃团餐,反而想品尝一下胡同里地道的北京美食。”刘海秋坦言。

“真正让我下定决心转型,是因为疫情的变化。”刘海秋谈道,因为疫情,境外所有的旅游都停摆了,入境地接的工作也就不得不暂停。不仅仅是这样,传统的旅游市场在不久前就已经出现萎缩。然而,就在此时,旅游定制市场便从一开始的只有小众人接受演变成如今的行业“黑马”,而旅游定制师也成为了一个新兴的风口职业。最近几年来,我们发现市场上有一小波游客不愿意跟随‘大部队’的行程,就想玩一些目的地中有特色、有个性的行程,于是根据游客的需求,我们最早做定制游的产品便随之出炉了。”刘海秋表示。

游客开始为服务买单

过去低价团纷杂、血拼价格的时代逐渐过去,取而代之的更多的是一个一个个精美、定制化的私家团。

在经历过疫情影响下的短暂低谷后,旅游定制市场也由于精品化、不聚集的特点备受青睐。

携程定制平台提供的数据显示,2020年,国庆长假,国内定制需求单同比增长75%,恢复并且超过去年同期的水平。特别是国内的高端定制需求增长300%。平台上从事国内游定制的1000多家供应商全面复工,旺季定制师供不应求。“真的难以想象,现在旅游定制行业可谓旅游市场上的‘黑马’,这些都得益于我们国家在疫情防控方面所做的努力。未来随着旅游市场不断变化,私人化、定制化、小众化将持续成为市场上的新趋势。”刘海秋认为。

“原来跟团游都是流水线,100个团可能都是一个线路,好几年不变,导游带了一个团后面的就属于重复劳动了。”但定制游不同,刘海秋称,游客定制的这一天可能会玩6个小时,在这6个小时的背后,是刘海秋团队花数十个小时去踩点、制订计划、联系沟通后,通过“换位思考”规划出的方案,往往为了让客户有的选,刘海秋团队至少还要提供3条游玩线路,满足消费者的各种需求。不过,有一点可以看到,现在游客开始为服务买单了,而在以前,服务是很廉价的。”

与此同时,随着互联网的迅速发展,大家都感受到了OTA平台的高效、快捷、价格公正透明,过去低价团纷杂、血拼价格的时代逐渐过去,取而代之的更多是一个一个精美、定制化的私家团。人们对于出行要求提升了,现在,疫情变化后的安全出行成为客人的首选,此外,性价比高的美食、民宿也成为游客们寻找的对象。”刘海秋谈道。

这个和旅游行业密不可分的新兴职业,现在也逐渐成为了旅游市场的香饽饽。2020年9月1日,中国旅行社协会标准管理委员会批准发布《旅游定制师等级划分与评定》团队标准,为旅游定制师的从业资质、知识要求、技能水平等提供了评价的标准。

品质生活是最大的市场

原来的“品质”二字可能是旅游服务行业的目标,但随着行业、市场、用户需求的改变,如今,“品质”已经成为了旅游服务最基础的底线。

原来的“品质”二字可能是旅游服务行业的目标,如今,“品质”已经成为了旅游服务最基础的底线。

根据中国旅游研究院发布的《中国旅游经济蓝皮书 NO.13》报告,预计2021年国内旅游人数41亿人次,国内旅游收入3.3万亿元,分别比上年增长42%和48%。与此同时,旅游市场将呈现客源地由中大型城市向中小型城镇的梯度下沉。并且,2021年将是近年来旅游性价比的高点,旅游需求将沿着需求曲线向“价低量升”方向移动。由此可见,现代旅游业正在向品质升级迈进。

而旅游定制也恰恰是这种倾向于高质量的旅游。刘海秋还聊道:“国人的消费已经升级,已经从过去简单的开眼界逐渐变为要去体会情感上的共鸣,逐渐从以前的上车睡觉下车拍照,慢慢变成一种更深层次的文化体验。消费主体的思路变了,所以我们的思路也必须跟上,这样才能够满足客户的需求。”

“同时,随着国内旅游平台推出各种旅游服务,也进而导致了行业之间的竞争加剧,从而让整个市场的行业标准越来越高,这就需要各个旅游从业者不断提升自身素质、加深对品质的认知,把更多的时间用来为工作付出。现在旅游服务中也涵盖了很多高新技术,而这些职业也已然升级。”刘海秋谈道。越来越多的消费者选择定制旅游,将会成为一种大的趋势,更多的人愿意去享受高品质、更精致的旅游。”作为旅游定制师的刘海秋见证了旅游业在经历了疫情之后的变化,如今有成千上万的旅游定制师像刘海秋一样正在逆流而上,拥抱着逐渐复苏的旅游行业。



扫码观看视频