

# 旅行社线下门店“复活”

随着出境跟团游的逐步放开,旅行社线下门店也迎来了复苏的步伐。2月9日,北京商报记者从多家旅行社了解到,不少旅行社线下门店逐渐恢复营业,有旅行社恢复近百家门店及营业网点。康辉等部分大型旅行社甚至已经恢复至疫情前70%左右的水平。线下业务恢复的同时,旅行社也在招兵买马,进行人员召回培训。不过,经历三年疫情,旅行社门店人员流失较多,在人员配置方面要达到疫情前同期水平仍需要时间。预计5、6月至暑期会迎来进一步复苏。



## 70%恢复率与40%活跃度

2月6日起,随着出境跟团游试点有序恢复,停滞了三年的出境跟团游迎来了重启。这也让和平天下集团旗下的中盈国旅、中裕国旅门店的员工在节后结束了居家办公,陆续回到了原来的工作岗位上。

“疫情前我们的线下门店大约在200家左右,现在恢复至了疫情前四至五成的水平。”北京和平天下国际旅行社总经理张志利表示,“从数量来看大约恢复了100家左右。”

作为全国大型旅行社集团的康辉旅游集团线下门店也在加速复苏中。中国康辉旅游集团渠道部经理成城告诉北京商报记者,目前康辉旅行社恢复的门店数量为疫情前的70%左右,其中40%的门店处于活跃状态。

除了现有门店的复工复产,有旅行社还设立了新店。1月底,北京神舟国旅门市微信公众号发布消息称,2月初,神舟国旅将新设立丰台王佐和阜通东大街两个门市部。

## 暑期可达2019年同期水平

门店逐渐恢复的同时,部分旅行社举办了线下活动,以招揽新客。神舟国旅门市公司

## 线下门店恢复情况

北京和平天下国际旅行社

恢复了100家左右  
为疫情前4-5成水平

康辉旅行社

恢复的门店数量为疫情前的  
70%左右



其中40%的门店  
处于活跃状态

总经理助理杨红谈道:“疫情之下,有些门店员工去了其他行业,但是最近许多人陆续回到了旅游行业中。我们和首旅集团一起组织了一次招揽客人的活动,在现场,许多门店员工都很激动,表示自己‘找回了做业务的感觉’。”

谈及线下门店何时恢复至疫情前水平,张志利表示:“目前和平天下集团旗下的门店恢复速度较快,预计在暑期前后可以达到2019年同期的水平。”

## 召回近八成员工

“经过三年疫情,旅游行业的人员流失比较大,我们的门店也流失了一些工作人员,留下来的基本为有固定客户的门店。”成城谈

道,“在最困难的时候,我们的线下门店也进行了转型,通过代理产品、社区团购等方式,给门店寻找出路。”

门店复苏的脚步加快,也扩大了旅行社对于用工的需求。成城表示:“2023年旅游市场恢复态势非常明显,我们也在招兵买马,对人员进行培训。挖好‘战壕’才能更好地‘作战’。”

张志利也谈道:“我们召回了大约70%-80%的线下门店员工。此外,我们还招聘了一些新人加入门店,很多是此前从未接触过旅游行业的新人,我们也在对他们进行培训。”

除了在人员方面的准备,在产品方面,许多旅行社门店开始加紧上新产品。杨红告诉北京商报记者,目前神舟门市正处在“激活”

的状态。“我们准备了许多不同类型的产品,将其分发到不同的门店,门店可以根据自身特点向游客推荐相应的产品。”

和平天下集团旗下门店的线下产品也在逐步布局中。张志利介绍称,目前门店的主要产品为国内团队游产品,并且在准备首批开放的20个国家的出境跟团游产品。“我们的主要客群为中老年游客,试点开放出境跟团游后,许多游客被疫情压抑的出游需求得到了释放,因此我们的产品售卖情况也是向好的。”张志利谈道。

## 旅游市场再出发

门店恢复营业,人员加紧召回,似乎一切都在往好的方向发展。“不过,从整体恢复情

况来看,线下门店的恢复情况距离2019年旅游业鼎盛时仍有一定的差距。”旅行社行业相关人士马峻(化名)表示。

当前市场环境下,一些因素制约着旅行社门店的进一步复苏。“受国际航班运力、游客出游需求改变的影响,首批推出的出境团队游产品价格较高,也在一定程度上影响了收客量,部分旅行社首发团未能成团。”有旅行社门店工作人员告诉北京商报记者,“由于市场刚刚恢复,许多旅客对出境游仍抱有一定的顾虑。”

“在疫情前,暑假期间,旅行社国内游和出境游产品的占比大约为1:1。经过三年疫情,年轻游客改变了出行习惯,旅行社国内团队游板块的客人仍以老年客户为主。”马峻谈道,“目前试点开放的首批出境跟团游国家为20个,欧洲方面仅包括瑞士等少数国家,对于一些以经营欧洲团队游业务为主的旅行社,恢复情况还不太理想,因此也会制约他们的线下门店恢复速度。毕竟门店房租、人工支出需要成本。”

谈及疫情之后的市场,马峻还提到:“过去线下门店的主要报名客群为中老年人,现在属于出境游市场恢复的初期,年轻人报名比较多,而这些年轻人更倾向于从线上进行报名,因此线下门店的恢复远没有达到2019年的水平。”

在尚游汇文旅董事长钟晖看来,旅行社线下门店复苏同时面临机遇与困难。“目前出境游市场仍处于恢复初期,旅行社部分转行的员工没有选择回归,也造成了门店‘熟手’较少的情况。此外,旅行社的相关供应链也未完全恢复,在业务量、成团率不足的情况下,也给旅行社门店的经营、流动资金造成了压力。随着出境跟团游试点恢复,旅游市场也在‘再出发’。旅行社门店也要在产品、销售模式等方面进行转型,以适应消费者的需求变化。”

北京商报记者 关子辰 张怡然

# 理想低价战略性“开卷”30万元级市场

2月9日,截至收盘,理想汽车股价上涨2.39%,市值升至2142.95亿港元。资本市场聚焦理想汽车的背后,源于其“套娃”家族第三款车型L7上市再次搅动SUV市场。去年蔚来抛出ES7后,外界一直等待理想汽车接招。最终,L7以不足32万元的起售价避开ES7,直接内卷30万元级SUV市场。尽管本次理想汽车仍未呈上纯电“菜单”,但通过低价“厮杀”战略,征战“后国补”时代。



## 切入走量市场抢份额

开年,理想汽车甩出首张大牌L7,闯入30万元级SUV市场。

早在去年L8上市时,理想汽车CEO李想便将五座SUV车型L7作为结尾“彩蛋”,Pro和Max两个版本车型的预售价格也随之公布。不过,本次L7正式发布时,除Pro和Max版本外,新增的Air版本来得有些出其不意。

从车型上来看,理想L7 Max车型配备理想智能驾驶AD Max和理想智能空间SS Max以及理想魔毯空气悬架;Pro车型则配备理想智能驾驶AD Pro和理想智能空间SS Pro,同样也搭载理想魔毯空气悬架;Air车型则采用性能相同但性价比更高的电池组,配置相比Pro也仅减少了魔毯空气悬架。

理想汽车相关人士表示:“作为理想汽车旗下首款中大型五座旗舰SUV,理想L7为一家三口打造宽敞、舒适、温馨的专属空间体验。”据了解,理想L7 Pro和L7 Max将于今年3月1日陆续开启交付,L7 Air将在今年4月初陆续开启交付。

不过,相比理想L7三款车基本满配的

配置表,售价更加引人关注。Air、Pro、Max三款车售价分别为31.98万元、33.98万元和37.98万元。其中,L7 Air也成为目前理想汽车阵容中售价最低的车型。此前,理想ONE车型售价为34.98万元,本次理想汽车直接让L7起售价接近30万元,也引发热议。有网友表示:“这是理想价位最低的车型了,这是来抢市场了吗?”

在业内人士看来,理想L7可以简单理解为取消第三排座椅的L8,其目标是抢夺30万元级SUV市场份额,同时作为可油可电的增程车型,L7的市场需求也横跨纯电动和燃油车两个板块。

数据显示,五座SUV在SUV车型市场中的占比高达95%左右,在售价30万-40万元市场中,大五座SUV车型也是销量最大的车型。而该细分市场中的宝马X3、奔驰GLC等热销车型,也是豪华品牌的走量车型。同时,小鹏G9车型也覆盖该价格区间。从车身尺寸看,理想L7车身高宽为5050毫米×1995毫米×1750毫米,轴距达3005毫米,对比宝马X3,该车型有更大的车内空间,同时在智能化上理想车型也不断升级。中国汽车流通协会专家委员会成员颜景辉认为,相比小鹏和蔚来,目前理想车型仍沿用增程驱动形式,因此更接

近于燃油车。而理想L7精准切入30万元级市场,也将让该市场的竞争更加激烈。

## 一步到位迎价格战

理想汽车将L7起售价下探至32万元以内,也来自今年各车企均面临的市场压力。

今年“国补”退出,将“扶上马又送一程”的新能源汽车交给市场,但这也让今年的新能源车市面临更多变数。数据显示,今年1月新能源乘用车批发量为38.9万辆,同比下降7.3%,环比下降48.2%;零售量为33.2万辆,同比下降6.3%,环比下降48.3%。“新年伊始,进入消费者对政策观望的过渡阶段。”乘用车市场信息联席会秘书长崔东树表示,新能源刚需车型成本继续承压,补贴退坡带来的价格复杂调整,新能源车市场格局正在重塑。

整体交付量下降,新能源车市价格战一触即发。今年1月6日,特斯拉中国宣布调整旗下车型售价,其中特斯拉Model 3后轮驱动版售价降至22.99万元,Model Y后轮驱动版售价降至25.99万元。随后,小鹏汽车与蔚来汽车直接选择官降。其中,小鹏汽车旗下车型最大降幅高达3.6万元。“官降后,消费者到店可

继续与销售人员进行谈现金优惠。”一位小鹏汽车销售人员透露,P7车型的625与670版本,到店购车可享受1.5万元现金优惠,如果消费者用燃油车置换购车,还可享受1.8万元置换补贴。此外,G9车型也能享受5000元现金优惠。

不仅现金直降,今年2月蔚来汽车更是推出多重好礼来拉低车价。2月2日,一则“2022款蔚来ES6和ES8降幅最高超过10万元”的消息更是刷屏各大社交平台。同日,飞凡汽车通过推新降低其售价门槛。飞凡汽车宣布,自2月2日起启动飞凡R7产品价值体系调整。其中,飞凡R7推出全新屏霸版产品线,车电分离畅享价调整至19.59万元起。

此前,蔚来联合创始人兼总裁秦力洪坦言,今年一季度或许是汽车行业、新能源汽车行业最困难、最有挑战的时期。小鹏汽车CEO何小鹏则在全员内部信中发出警告称:“当前绝大多数车企将在这场淘汰赛中出局,没有退路。”业内人士认为,尽管今年1月理想汽车依旧交出破万辆的交付成绩单,但面对新能源车市调整期,如何让新车型在配置和售价上更有竞争力成为李想思考的问题。

随着理想L7的发布,目前理想汽车L系列产品矩阵也扩大至三款(L9、L8、L7),未来还将发布理想L6和L5。对于理想L7,理想汽车也寄予很大希望。此前,李想在财报电话会上表示其2023年最重要的工作内容就包括L7的交付。有消息称,理想方面认为L7稳态月销量应该在1万-1.5万辆。天风证券方面认为,理想L7填补了理想汽车五座SUV的产品空缺,目标客群拓宽及优异产品力有望让其成为下一款爆品,助力理想汽车交付量迈上新台阶,预计今年一季度理想汽车整体交付量将达5万-5.5万辆。

## 今年四季度开放城市内测

事实上,低价入市的同时,理想汽车更通过L7补齐智能化短板。

此前,相比蔚来和小鹏,理想汽车一直被诟病在智能化上“不太像造车新势力”。2020年开始,理想汽车恶补短板。本次,理想汽车对L7智能驾驶方面的硬件布置进行不少升级。理想L7 Pro搭载理想AD Pro智能驾驶辅助系统和智能空间Pro版系统,理想L7 Max则采用理想AD Max智能驾驶系统和智能空间Max版系统。其中,理想L7 Pro标配理想AD Pro智能辅助驾驶系统,采用一颗地平线征程5芯片,总算力为128TOPS;理想L7 Max标配的理想AD Max智能辅助驾驶系统搭载的双英伟达Orin-X算力芯片,能够实现融合信号的高效处理,总算力达508TOPS。

同时,作为理想L7上市的“彩蛋”,李想表示,理想汽车计划将导航辅助驾驶能力拓展到城市场景,并计划在今年四季度,理想AD Max将开放城市NOA的早鸟用户内测。据了解,理想城市NOA基于HDMaPNet的实时道路结构认知算法,能像人一样基于周围环境实时感知和决策,摆脱对高精度地图的过度依赖。

随着智能辅助驾驶由高速场景向城市场景落地,越来越多的车企正切入该赛道。不过,从自动驾驶进化来看,城市道路场景最为复杂,是自动驾驶发展的重要节点之一,也是自动驾驶技术必须啃下的一块“硬骨头”。此前,小鹏汽车方面表示,城市NGP系统上线后,小鹏P5车型用户可在高速、快速路、城市普通道路(目前仅限广州)等场景使用NGP智能导航辅助驾驶,这也代表小鹏NGP系统将正式开启城市道路使用。

业内人士认为,在高速公路辅助驾驶逐步普及、城市辅助驾驶加快落地的情况下,市场竞争也从功能普及切换到交互和用户体验上。

北京商报记者 刘洋 刘晓梦