

回首三年恍如隔世 有焦慮卻收穫滿滿 內地出境遊回暖 金牌領隊再出發

團隊出境遊重啟上

兔年春節不少中國遊客走出國門，享受海外「中國年」。如今，春節假期熱鬧落幕，出境遊的熱度卻剛剛抬頭。2月6日起，內地將試點恢復全國旅行社及在線旅遊企業經營中國公民赴有關國家出境團隊旅遊和「機票+酒店」業務，為回暖的出境遊「再添一把火」。2月6日，上海疫後的首個出境團隊遊就將成團出發去泰國普吉島，連日來，普吉島項目團隊的工作人員加班加點，雖忙碌卻快樂。他們中大部分人經歷了轉崗堅守，如今再度操刀出境遊產品，直言恍如隔世。而回首過去三年，雖然滿心焦慮不安，卻也收穫滿滿。

大公報記者 夏微、宋偉



▲1月9日，中國旅客抵達位於泰國素萬那普機場。新華社



▲1月22日，中國遊客佩戴歡迎花環走出印度尼西亞峇里島機場。新華社

2020年1月的那個春節對春秋旅遊普吉島產品經理陳奔來說是過往眾多春節中最忙的一個。「春節本就是旅遊旺季，當時因為疫情爆發，客人很恐慌，客人的親朋好友也不停聯繫我們，那時候我們客服24小時在線，加了很多的人力，基本員工無休，要確保遊客被安全接回來。」

直到約莫半個月後，善後工作告一段落，陳奔意識到，自己好像「失業」了。原以為只是兩三個月的間歇，「所以我們一直在密鑼緊鼓地籌備恢復的事情」，卻不曾想，這一停就是三年。

「這幾年更好地了解祖國河山」

陳奔在過去三年裏操刀了國內的定製遊，「這幾年讓我更好地了解我們祖國的大好河山。」不僅如此，國人對於內地旅遊目的地相對了解的大背景，也逼迫如陳奔這樣的產品經理們更入微了解遊客喜好，打造個性化產品，「對我們做產品來說，這是一種積累與提升。」

對是次首發團領隊師文來說，通過過去三年的努力，他早已成為滬上城市微旅行的「扛把子」，收穫了不少遊客粉絲。疫情爆發時，他正在緬甸帶團，「原本回來後3月15日要去突尼斯的，沒想到回來後開始『放長假』了。」這些年他看到有同行做起了房產銷售，有朋友去賣保險，甚至有人當上專車司機，而他轉崗做起了城市微旅行的導遊。

如今出境團隊旅遊恢復在即，陳奔與師文都回到原來的崗位上忙碌起來。「這個首發團3999的價格是決定發團時第一時間定下來的。」陳奔說，當前泰國正是旅遊旺季，當地酒店等旅遊資源極度緊張，價格水漲船高。

「但這是疫後首發團，必須要让客人覺得物超所值！」故而在確定了一個誘人的價格後，陳奔和同事們多方協商溝通，力求產品品質達到高

質量的同時，價格也符合要求。

再度帶團出行，師文特地帶上了家中那雙「說新不新說舊不舊」的浮潛鞋，「疫情前才買的，還沒來得及穿，放了三年了……」要說有什麼是他這個老領隊也擔憂的，要數入境48小時核酸要求帶來的不確定性了，「雖然預案做得很充分，但畢竟沒經歷過，心裏還是有點忐忑。」

「在藥妝店買買買的日子不遠了」

做過六年地接導遊的馬力夫婦，曾在斯里蘭卡經營着一家小有名氣的地接旅行社。今年春節假期沒結束，二人便匆匆踏上了前往斯里蘭卡的旅途。「團隊出境遊首批試點的20個目的地國家中就有斯里蘭卡，我想是時候把扔了三年的『老本行』撿回來了。」

曾是「金牌導遊」的李楠，也在謀劃着「重操舊業」。「疫情前，我每年有一大半時間待在日本，旺季時幾乎每周都要帶一個團，自己也順帶做做代購，賺點外快。」出境遊暫停後，李楠所在的旅行社業務萎縮到國內遊、省內遊，他和很多同事無奈離職。

時隔三年，重啟團隊出境遊讓李楠再次看到了希望。「這三年四處打工，不時還會想起以前帶團出國的日子。作為出境遊熱門目的地，已經錯過了春節檔的日本，不應該再錯過3月底的櫻花季，我想和大家一起在藥妝店買買買的日子已經不遠了。」



陳奔



師文



▲上海疫後首發團行前說明會遊客為文明旅遊簽名。大公報記者夏微攝

▼1月8日，旅客在北京機場的日本航空櫃檯等待辦理登機手續。中新社



▲1月20日，中國遊客到達埃及開羅國際機場後受到熱情歡迎。新華社

中國遊客回來了 兔年春節國外訂單三年巔峰

機票

● 跨境機票訂單同比 增超4倍

● 峇里島機票訂單同比 增30倍

● 新加坡機票訂單同比 增超8倍

● 曼谷機票訂單同比 增超4倍

酒店

● 內地旅客境外酒店訂單同比 增超4倍

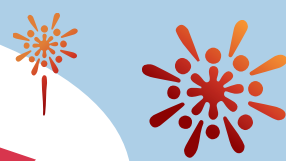
門票

● 海外景區同比 增60%

訂單

● 整體訂單同比 增640%

數據來源：攜程旅遊



▲1月9日，泰國官員向中國遊客發放花環。網絡圖片

「泰」久不見 「慢」遊享受

深度旅遊

這次從上海赴泰國普吉島的出境遊首發團由「20+4+1」的團隊構成，6天5晚的行程，擁有一個十分應景的口號——「泰」久不見。時隔三年，如今遊客對於出境遊的需求早已轉變，深度遊、慢遊，成為關鍵詞。

在產品設計伊始，陳奔和同事們就考慮到了遊客需求的變化。「可能是經歷了疫情的磨礪吧，大家現在都慢下來了。」陳奔舉例說，以前普吉島的行程中安排的都是快艇，因為客人們喜歡速度與激情，可疫情期間帆船火了，所以這次安排了遊客搭乘網紅帆船前往布吉島最南端——神仙半島出海看日落。聽着音樂，享受着美食，觀賞日落，想想就很愜意。

值得一提的是，這次的首發團還加入了疫情期間備受好評的微旅行，「我們會去布吉島的一些老街，深入了解和體驗布吉島當地的人文歷史和煙火氣。」據了解，今後不少旅遊公司的普吉島產品都加入「微旅行」元素。

大公報記者夏微

玩得更舒暢 追求定製遊

廣受青睞

「就在昨天，我們才敲定了一筆高端定製團隊出境遊訂單，成員是一個大家庭共八口人，計劃在元宵節後到布吉島度假8天，因為對住宿的標準要求比較高，人均團費超過了11000元（人民幣，下同）。」宋左直言，定製遊產品並非新鮮事物，在疫情前就頗受中產階層青睞，出境遊放開後，諮詢相關線路的遊客有增無減。

選擇定製遊的大連市民張先生表示，過去三年家人只能國內遊，解封後第一時間就想着去國外轉轉。「這次和家人選擇半自由行式的定製出遊，主要考慮到孩子還在放寒假，又不

想在春節或三月份客流高峰時去，就敲定了元宵節後出行。相比價格，我更看重的是住得舒適，玩得舒心。」

「像這次一家八口近10萬元團費的布吉島定製遊，就包括芭東沙灘、卡倫海灘兩處高檔酒店的調換，以及安排斯米蘭島出海。」宋左一介紹，不同於常規的團隊出境遊，定製遊從航班選擇、接送機車輛、住宿標準、景點選擇、遊玩項目等都是按照客戶要求制定，價格自然不菲。「現在的出境遊，客人更願意把錢花在體驗上，在吃住行遊等方面追求品質與個性化。」

大公報記者宋偉

三年不斷聯 有難互幫助

準備充分

能夠在試點恢復出境跟團遊伊始就成團出發，與出境遊同事即便轉崗，三年來也未曾斷過與境外資源的對接聯絡密不可分。「我們始終在為恢復做着準備，所以隔三差五就會與境外的資源對接，詢問最新情況。」陳奔表示，除了工作交流外，多年來結交的友誼，也讓他們與境外的同業者在疫情期間互幫互助，「大家都不容易。」

泰國一直是國人喜愛的出境遊目的地之一，「我們赴泰產品基本都是賣滿的，僅我們公司自己之前一周就大概28班的航班飛往泰國。」陳奔直言，對泰國來說，中國遊客佔比是很高的，所以疫情爆發後，中國暫停了出境遊，對泰國的影響很

大。不僅如此，多年來的工作溝通讓陳奔也結交了不少泰國同業好友，日常的交往讓他了解到，中國人與泰國人的消費理念有着很大差異，「他們是比較活在當下的，往往掙了一些就會花光，不太會有存款。」這也讓失去旅遊收入的泰國當地人處境變得很尷尬。「因為都是朋友了嘛，逢年過節我們也會包個紅包，會慰問一下。」

都說人與人之間的真誠交往是相互的，陳奔至今都很感動，當泰國朋友看到中國疫情影響嚴重，醫療物資緊缺時，「他們在泰國採購一些防護用品，包括一些急需藥品寄給我們。」

大公報記者夏微