

开拓新业务，团队练“内功”

出入境旅游企业如何破局？疫情下的和易国旅没有半点懈怠



“一起咖啡”还有外卖可以点单。



组织公益活动提高凝聚力。



和易国旅的员工们在培训。

□文/半岛记者 曹现梅 图/和易国旅供图

危中寻机

一场疫情，让原本热闹的旅游市场瞬间停摆。随着国内疫情防控持续向好，景点、酒店、民宿等陆续复工。但对于暂停的出入境游来说，复工前景仍不明朗。困局之下，拥有出入境旅游业务的公司如何破局？今天，让我们走进山东和易国际旅行社有限公司（以下简称“和易国旅”），作为一家入境业务占90%的旅行社，它的处境可以说代表了一批旅游企业。和易国旅如何积极自救？又如何在上产业链上寻找新的机遇？

突破 咖啡开启外卖，共享空间走俏

入境业务占比90%、港澳市场接待量省内排行No.1，对于专注做出入境游市场的旅行社来说，以往这个数据绝对是他们信心的来源。然而，当疫情“黑天鹅”来袭，他们面临着更为艰难的时刻。

“主营业务全部停了，但是员工工资要继续发，办公用房租金也得照常交。”和易国旅执行董事姜伟一句话道出了眼下整个行业的发展现状。

万物皆有裂痕，那便是光照进来的方向。疫情之下，姜伟带着43人的团队迅速调整思路，尝试用一杯咖啡打开困局。

“‘一起咖啡’这个咖啡馆原本算是一个副业，只有三个人，主要是为旅行

社做配套服务，没有专门对外推广。”将手头上的资源梳理后，姜伟觉得不妨从这里着手。咖啡师、甜品师进行培训，所有员工全都跟着学做咖啡和甜点。一番努力下来，店里的饮品丰富了不少，甜品也从3款增加到十余款。他们还与外卖平台合作外送，忙不过来的时候，员工也会化身外卖小哥送单上门。

随着咖啡的走俏，姜伟发现共享会议室是一些企业的刚需。“我们有间能容纳十六人的会议室，共享空间加上咖啡，每天都很抢手。”经过一番“折腾”，目前，咖啡馆的营业收入同比增长50%。

蓄能 拍视频、学摄影，组团忙“充电”

每周四天，每天朝九晚五，在和易国旅，以往全年300多天都在路上的导游们开始了规律的上班下班时间。

“我们现在团队一个人人都没少，拧成一股绳向前冲。”姜伟说，趁着这个难得的空闲时间，团队一起“充电”练“内功”。请来专业的摄影师，从构图、景深、色彩等角度分期为团队讲解

摄影知识。考虑到当下正热的小视频，从脚本，到剪辑，大家组团打卡岛城的网红景点，用情景剧的方式在抖音上展示。

看似“不务正业”，这却是姜伟深思熟虑后做出的决定。“摄影、视频，其实这都可以看成是导游服务的延伸。”他解释说，一段旅行中，大家都希望能留下美好的瞬间，而通过一张好的照片、一段有意义的视频这种附加的服务，导游也会加深游客的印象。

创新

“云”上搭平台，将带货特产

作为旅游的天然“搭档”，带货已是热点话题。不久前，和易国旅的国家级金牌导游阎妮就和故宫文创店合作，直播带货，收获不少粉丝点赞。

据姜伟透露，其实早在去年，他们就已经开始在搭建一个带货平台。“主要是集合旅游目的地的特色产品，用户可以一键下单。”

眼下，入境游的前景仍不明朗。如何寻求新的机遇？和易国旅将目光瞄向了省内游。

“端午小长假，省内自驾游比较受青睐，但是大巴游的复苏还需要一段时间。”考虑到接下来跨省游的恢复，他们已经开始着手设计旅游路线。

日前，中国旅游研究院线上发布的信息称，信心比黄金更重要。当前，旅游业正面临疫情防控常态化、消费需求品质提升、文化和旅游深度融合、推进高质量发展的多期叠加。专家指出，更多的旅游企业要适应省内跨市旅游、周边游、乡村游和都市休闲游的市场需求，研发定制旅游、研学旅游、自驾旅游新产品，推进企业的数字化转型。

一万个口罩、各种消毒产品，为了迎接将复苏的旅游市场，和易国旅早早备下了防疫物资，静待这一天的到来。