

2023年2月
星期五
癸卯年正月廿七

镇江周刊

ZHENJIANGDAILY
镇江报业传媒集团出版

镇江日报

第 589 期

Tel:0511-85010056
本报网址: http://www.jsw.com.cn



市民期待已久 业界认真对待 久违的“出境游”恢复了！

本报记者 谢勇

市民：期待已久的旅程

针对出境游恢复这一利好消息，很多市民都欢欣鼓舞，纷纷规划行程，希望早日出游。

去年结婚的张女士表示，受疫情影响，未能去度蜜月，一直是她心中的遗憾。“知道出境游恢复后，我就开始搜索相关信息了。”她说，自己看过一些关于印度尼西亚的旅游介绍文章，一直很向往巴厘岛，所以近期一直在旅行网站上查找这方面的旅游线路和价格信息，“希望尽快补上一场蜜月旅行。”

“终于可以实现三年前答应孩子的事情了。”市民吴先生说，几年前，周围有朋友去肯尼亚看过非洲的动物大迁徙，场面非常震撼，还拍了很多照片。当时，自己也查询了这方面的信息，做了旅游攻略，计划带儿子去见识一下，“这还是三年级时的计划，现在孩子已经六年级了。出境游恢复太好了，我得好好准备一下……”

市民高阿姨告诉记者，她和老伴刚刚退休，之前就一直想出国游玩，如今出境游试点已经放开后，她和老伴就去了几家旅行社咨询，“可以去看看外面的世界了！”她和老伴都很期待。“主要是咨询泰国、马来西亚、新加坡那边的线路，东南亚距离比较近，气温也比较适宜，就想先去那边看看。”



市区旅行社门店迎来咨询市民

职能部门：关注恢复进度

根据文化和旅游部的通知，目前出境游的试点目的地国家为：泰国、印度尼西亚、柬埔寨、马尔代夫、斯里兰卡、菲律宾、马来西亚、新加坡、老挝、阿联酋、埃及、肯尼亚、南非、俄罗斯、瑞士、匈牙利、新西兰、斐济、古巴、阿根廷共20个国家。

本月1日，市文广旅局就组织召开



市文广旅局提前召开座谈会

出境旅行社企业座谈会，邀请全市12家出境旅行社负责人参加座谈，旨在提振全市旅行社企业信心，同时强化我市出境旅行社旅游服务意识。

会议对2月6日试点恢复出境团队旅游业务进行了专题部署，传达贯彻文化和旅游部、省文化和旅游厅部署要求，强调各旅行社要严格落实团队旅游管理各项制度和规范，强化责任意识、压实企业主体责任，做好疫情防控，推出符合市场需求的合格出境游产品，加强业务人员培训，及时完善应急预案，妥善处理涉旅纠纷，切实保障游客安全，维护游客合法权益。

2月9日，市文广旅局又发布提示，提醒广大市民，报团境外出行要选择具有相关资质的旅行社，在参加旅游报名的时候，注意查看《营业执照》和《旅行社业务经营

许可证》，自觉抵制无资质旅行社、无证导游组织的非法旅游活动。同时公布了我市正常经营出境游的12家旅行社名录。

此外，市文广旅局还通过官方网站、微信公众号等媒体平台，对旅行社出境旅游产品进行宣传推广。

从业单位：恢复势头强劲



我市第一批出境团选择泰国，图为沙美岛海滩

2月6日前，我市多家出境旅行社，就开始注重资源整合、产品打造、宣传预热、客源获取等方面，积极布局相关业务，依法依规开展出境团队旅游业务经营活动的同时，努力推出了一批精品出境团队游产品。从近期的咨询、预订情况来看，出境游恢复势头强劲。

我市第一批出境团队游的游客也于2月8日出发，目的地是泰国。组织此次行程的海峡旅相关负责人表示，这批出境游的游客较为年轻，年纪都在二三十岁，他们从南京出发直飞泰国曼谷，整个行程8天7晚，每人费用4000多元。整个行程除了涵盖常规景点，还加上了很多网红元素，比如泰国的火车夜市，以及沙美岛白色的沙滩等。

记者了解到，目前泰国游线路有三种：曼谷-芭提雅-沙美岛线路，普吉岛线

路；清迈线路，都很受欢迎。其他比较热门的线路是阿联酋的迪拜方向，瑞士、南非也有市民咨询，线路价格相对较高。我市多家旅行社负责人认为，随着出境游政策的进一步开放和稳定，市民出境的线路选择将更加多样。

旅行社方面同时提醒，有出境游玩打算的市民，一定要提前做好相关准备，记得检查护照，及时换新，还要确保护照有效期大于6个月。

记者还从在线旅游平台“途牛”获悉，该平台上预订2月6日出游的出境游订单比前一日增长324%，2月6日-2月12日出游的出境游订单较前7天增长近两倍。泰国、马尔代夫、新加坡、柬埔寨、菲律宾等境外目的地热度靠前。在平台进行的一场直播中，马尔代夫莉莉岛相关产品单日交易总额突破1000万元。



业内人士提醒市民关注护照有效期

业内人士：还需多方完善

采访中，我市旅游业内人士认为，出境游市场正在有序恢复，这无疑给受疫情影响严重的旅游行业带来重大利好。按照目前趋势，预计上半年出境游将会逐步恢复，到今年暑期可能会进一步快速增长。

但同时也应看到，受多种因素影响，出境游市场还有很多困难需要面对，很多环节需要完善：

旅游供应链需修复。三年来，很多出境游目的地的吃住行游购娱等环节都发生了变化。比如，原来的酒店资源还有没有，地接人员有没有调整，购物的价格是否变化等，这些都需要旅游企业重新进行梳理、修复甚至重建，这些工作都需要较长时间。

旅游人才待回归。疫情三年来，旅游

行业人才流失严重，很多人先后离开了旅游行业。特别是客服、产品等业务岗位人员流失严重，相当一部分旅游行业人才已经在其他行业再就业。出境游市场方面，产品经理、签证岗位以及专业销售人员是目前较为紧缺的。

旅游新需求要应对。与三年前相比，游客的出境游需求发生了较大变化。相较于之前多国连走的旅行节奏，游客更为偏爱一个目的地的深度游；游客越来越注重私密性和服务体验，对小团、私家团、定制团等产品越发青睐。而这些都是需要时间磨合。



特稿 TE GAO



给自己的目标 给别人的诱惑

□ 华翔

全市旅游高质量发展大会透露一个信息，镇江的旅游发展战略定位初步确定。市文广旅局联合专家团队，作了深入调研、广泛征求意见，提出打造“国际文旅休闲目的地城市”，今年市政府工作报告也用了这个提法。

细品这个战略定位，意涵内容挺多。“国际”瞄的是目标市场，“文旅”讲的是发展路径，“休闲”意味着功能，“目的地”要的是成果。于战略部署的层面，既有信心上的振奋力，也有实践中的可行性，符合时代趋势要求和镇江资源条件。

再读这个战略定位，却又感觉是那样的熟悉。抬眼看，类似的城市定位何其多。远有重庆的国际知名文化旅游目的地城市、聊城国际文化旅游休闲度假目的地城市，近有黄山的生态型国际化世界级休闲度假旅游目的地城市、温州的国际化休闲度假旅游目的地城市，还有隔壁兄弟，扬州是国际文化旅游名城，常州是文旅休闲名城……不胜枚举。

城市发展智库华高莱斯创始人李忠近日在其个人公众号刊文《差异，旅游资源竞争的一级动力》，分析：“中国旅游恰恰在酝酿着一场前所未有的席卷全国的投资开发热潮。一方面，新入市旅游资源的能级日渐平庸；另一方面，旅游资源的供应量却迎来井喷。”如是，在可预见的市场竞争“红海”中，如何更加清晰的明辨我们的城市旅游定位，便极为重要。

事实上，定位理论本就有两个分支。一支来自企业竞争战略学者，代表者为迈克尔·波特，其对定位的定义为：在行业或行业竞争格局中抢占到一个优势位置，基于成本领先、差异化或聚焦来获取高于行业平均的超额利润。另一支来自市场营销学者，代表人物是艾·里斯与杰克·特劳特，他们强调：深挖消费者需求，确立基于消费者的定位方法，把对企业或产品、品牌的有效认知深深烙印在消费者心中。应该说，两个分支的“定位”本不矛盾，一个是基于自身优势，讲的是核心竞争力，一个是基于消费者需求，讲的是市场吸引力。

两个定位的区别，在旅游市场亦有案例。贵州，特殊的地理环境造就了广泛分布的地貌奇观，17个世居少数民族创造了瑰丽神奇的民族文化。发展旅游产业，贵州自己总结出一个定位——“山地公园省·多彩贵州风”，这恰是基于其独特的旅游资源。但这样的定位，在战略策划人王志纲眼中，却没有站在市场与消费者需求角度思考。他提出来，贵州旅游的魂是八个字“咫尺神秘，稀奇古怪”。咫尺是什么？就是离发达地区咫尺之远。交通大建设之后，贵州是西南到华南、华中、西北绝对的枢纽中心，国内发达地区消费者再到贵州，可航空可高铁，极为方便。神秘是什么？具体说到贵州，外地人却往往懵懵懂懂，正是这种不明不白、不清楚，反而充满了神秘感。什么是稀奇古怪？没见过的山川地貌就是“稀”，说不清的凤物习俗就是“奇”，悠远神秘的民族风情就是“古”，没吃过的特色美食就是“怪”。而这些，对已经小康、富裕了一段时期，已然走过了很多名山大川、访过了很多历史文化名城古地的现代消费者而言，方最具有诱惑与市场吸引力。

一个例证，或许是“咫尺神秘，稀奇古怪”的说法过于“通俗”亦过于“出奇”，至今，在贵州的官方宣传中，依然是“山地公园省·多彩贵州风”。但在各家旅游网站的推介文案或者消费者的旅游体验文章中，我们看到的字眼却更多是“咫尺神秘，稀奇古怪”。

回到我们的城市，“国际文旅休闲目的地城市”战略定位，没错。但我们更应当将其视为一个给自己的发展目标设定。在具体的战略推进中，我们亟需再寻找一个具备唯一性、权威性、排他性的市场定位，将我们的城市与其他城市其他区域，在消费者心目中，能够轻易、清晰地区隔开来，让镇江这座古城名城山水城，能够在蜂拥而来的旅游目的地城市群中展现出特有的个性、氛围和文化魅力，一次次被世界、被国人“抬眼即见”，且直达记忆、印象深刻。

更重要的是，在寻找市场定位的过程中，我们可以借此培育、建立起一个基于市场和消费者需求变化，因应时代趋势变迁，不断提炼、整合自身资源，不断全面革新、转型升级的思维理念与发展模式，从而获得持续发展的澎湃内生动力。

或许，能够建立起这样的思维理念与发展模式，比找到一个准确的市场定位，更为急切。



导读 DAO DU

人失本性必藏奸

在南方的艳阳里

大山里的读书人

→10版

→11版

→12版

责编 谢勇 美编 谢勇 校对 朱峰璐