

一个旅游顾问“画风突变”的朋友圈,也是这个行业经受冲击、奋起自救乃至寻求长足发展的缩影。因为疫情而摁下的“暂停键”,亦是旅游业重新审视自身的契机

不能干等着,旅游业谋逆袭

本报记者 蒋茜

3月2日0时08分,牛向向在朋友圈发了这样一条信息:“补货了,69元10片医用口罩、2瓶100ml酒精喷雾、1瓶100ml免洗洗手液、10片护眼贴。”有朋友留言:“怎么大半夜还在忙?”她回复:“我怕等到早上就没货了。”后面是一个捂脸的表情。

近20天来,这样的工作节奏已经成为牛向向的日常。不过,她并不是一名淘宝店主,而是中青旅旗下遨游网的一名旅游顾问。眼下,当微商成了她的副业。

春节过得像“劳动节”

1月19日,牛向向朋友圈的“画风”还是这样的——“信吗?西葡11天升级至12天,价格不变!品质不变!给心情放个假,给钱包一次解放的机会!”

那天,她共发了4条旅游信息。作为一名旅游网站销售顾问,每天在朋友圈推送少则两三条、多则八九条的旅游线路信息是她的必修课。

可从1月20日开始,牛向向没再推送旅游线路。就在这一天,钟南山院士向外界确认新冠肺炎病毒可以“人传人”。1月23日,武汉封城。1月24日,文化和旅游部办公厅紧急下发通知,要求从当日起全国旅行社及在线旅游企业暂停经营团队旅游及“机票+酒店”旅游产品。

“那几天,不停地拨打各种退团电话,真是要忙晕了!”3月1日,牛向向在电话中告诉本报记者,她主要做的是出境游项目,客人取消行程后,不仅需要与包括航空公司、酒店、车辆公司、景点等众多供应商协商订单问题,还涉及签证、境外地接等业务的处理。

“这世上没有人比旅游从业者更希望世界和平、风调雨顺了!”这是除夕那天牛向向

阅 读 提 示

突然暴发的新冠肺炎疫情,令旅游业受到巨大冲击。而相比其他行业,旅游业的大规模复工可能要来得更晚些,但推出“云”旅游、进行在线培训等一系列复工准备已经展开。

发在朋友圈里的话。为了尽最大可能减少客人的损失,很多事情要反复沟通协调,牛向向的这个春节假期从早到晚都在接打电话,“过得就像劳动节一样”。而她的一个同事甚至“连续奋战3天,总共睡了不到7个小时”。

这也是旅游业从业人员共同的境况。像同程艺龙,在春节假期的前五天累计投入服务人力8000多人次,每天平均工作时长10小时以上。

而对旅行者而言,相比“累”,更严峻的还是“暂时失业”的风险。

在牛向向所在旅行社的公众号里,有同事这样留言:“旅客想要降低经济损失的迫切心情我们都能理解,但多给我们一点耐心、信任、理解和尊重吧!毕竟,对你们来讲只是一次旅行受到损失,对我们来讲可能是未来3个月甚至更长时间的暂时失业。”

要给复工做准备

自2月12日开始,牛向向的朋友圈“画风突变”:“情人节礼物,你准备好了吗?同城活成了异地,仪式感还是要有的!”同时推送的是两款商品——巧克力和口红。

原来,牛向向所在的中青旅和京东合作推出了一款小程序,她和同事们可以在朋友圈推送产品。一旦成交,平台会给一部分补贴。“多少能有点收入,否则房租都要交不起了。”

在旅游业从业人员中,眼下选择当微商做副业的不在少数。而一些在线旅游平台,更凭借多年所积累下来的客户群体迅速转型。像同程国旅携手咪咕跨界合作,据称其旅游顾问在

咪咕的单日销售流水迅速突破了千万元大关。

在频频被牛向向推送的商品信息刷屏后,有人问她是不是改行了,她特意在朋友圈申明:此为副业。

2月17日,牛向向的朋友圈有了回归主业的迹象——“云”遨游团上线,每日精选一条线路推送。

随后,公司开设了在线培训课程,介绍全球各个旅游目的地的相关知识。每天下午1点半到6点,不光是收看视频,还有问答环节。

事实上,入行4年来,身处蓬勃发展的旅游业,牛向向却感到单子越来越难做。“很多人不再满足于走马观花到此一游了,而是希望深入了解某个地方的风土人情,所以无论从线路设计还是提供咨询以及导游服务等方面,都对我们从业人员提出了更高的要求。”

其实,旅游业受疫情影响“停摆”后,各旅行社都在大力展开培训。比如携程向合作伙伴、全行业数千万从业者以及旅游院校等全面开放近2000门课程。

从事旅游业已经17年的销售顾问于海燕就格外珍惜这个难得的培训机会。她告诉本报记者,公司平时会不定期组织一些培训,但这次疫情期间推出的线上培训更系统更深入。

“过去我们可能光了解一些目的地的注意事项,现在有机会更深入地了解当地的历史、文化、饮食等等,对今后做业务肯定有帮助。”于海燕说,“要给复工做准备,不能干等着。”

危机不可以白白浪费

于海燕是2003年入行的,对旅游业在非

典时的冷清和随之而来的井喷印象深刻。

“2004年,整个旅游业真是火爆啊!我当时在江西当导游,红色旅游特别火,我们干导游的都说,上了井冈山,一个月都不用下山。”

眼下,很多旅游業者也在期待,新冠肺炎疫情过去之后旅游业迎来报复性反弹。毕竟,在家宅久了,想出去“放放风”是很多人的心愿。

不过,于海燕觉得,“旅游产品不是必需品,得在经济条件和时间允许的前提下才能成行。”她分析,这段时间停工停课,等到全部复工复产后,很多人想出去玩也未必有时间。

因此,她认为周末周边游可能将最先复苏。考虑到疫情过后,很多人会对团队游有些顾虑,于海燕已经开始策划一些周边游自驾游路线,而游客的“健康需求”将成为一大考量因素。“必须有针对性地开发细分市场,对客户需求做更精准的对接。”

的确,“老一套”的产品已经无法俘获已经是消费主力的年轻人的心,推动现有产品的优化升级,特别是在满足游客需求上精心打磨,成为旅游业的必然选择。

没有一场危机可以白白浪费。

正如中青旅国际旅游有限公司总经理高志权在疫情期间致全体员工的一封信中所说:“业务停滞期也是我们积蓄力量、认真思考的大好时机。疫情过后我们继续现有模式吗?如果这次疫情能够让我们真正重新出发,我们就值了!我们就赢了!”

因为疫情而摁下的“暂停键”,亦是旅游业重新审视自身的契机。

眼下,旅游业重启的按钮正在打开。近日不少地方已经发文称,符合条件的旅游景区可自主决定复工营业。

3月2日10时34分,牛向向发出了她当天的第二条朋友圈:“今天‘云’遨游团带大家去班夫国家公园!5~10月多团期。”

青岛:

一揽子专项政策为企业雪中送炭

本报讯(记者杨明清 通讯员林子涵)记者从青岛市新型冠状病毒疫情防控指挥部日前召开的新闻发布会上获悉,青岛市为支持企业复工,出台了一揽子专项政策和举措为企业雪中送炭。

据介绍,2月3日,青岛在国内同类城市中率先发布了支持企业恢复生产,保经营、稳发展的18条举措,在缓缴社保、延期缴纳税款等方面为企业雪中送炭。2月20日,又出台了进一步支持中小企业平稳健康发展16条意见,构建扶持企业“18+N”政策体系。2月21日,针对企业收入下降等困难,连夜印发《关于应对新冠肺炎疫情进一步促进企业恢复正常生产经营的实施意见》,出台了21条实招。2月23日晚,市政府办公厅又出台了70条支持措施。

在解决企业资金需求方面,青岛市地方金融监管局、市民营经济局、人民银行青岛市中心支行、青岛银保监局、青岛证监局等五部门联合开展了金融支持企业复工复产“春风行动”。开通审核拨付绿色通道,提前为301家企业拨付支持企业发展资金1.14亿元。联合国开行青岛分行等金融机构,帮助20家疫情防控重点企业申请国家再贷款政策支持,目前已有8家列入国家支持清单。全面落实外贸出口企业税收举措,2月份为全市出口企业准备退税计划23.92亿元。

他们还实施援企稳岗政策,对不裁员或少裁员的参保企业,符合条件的,可退还其上年度实际缴纳失业保险费的50%。通过大数据比对,全市有11.9万户企业符合退还条件,预计退还资金约2.86亿元。实施中小企业职业介绍补贴政策,并搭建线上用工对接平台,为6602家企业发布招聘信息,提供岗位21.8万个,有8.3万名劳动者求职洽谈,2.8万人达成就业意向。组织跨区域劳务输入,发送“劳务直通车”,保障企业用工。

重庆:

专车接送+入职礼包力破“用工荒”

本报讯(记者 黄仕强)2月28日,由重庆两江新区人力资源公司组织的“接工专车”,将20余名南川、彭水籍返岗及新招聘的员工以“点对点、门到门、一站式”的方式送达企业。并且,应聘职工还得到了“5个1”礼包,即报销一张车票、提供一星期口罩、一桶方便面、一瓶矿泉水、一套洗漱用品。

“一路都是坐专车过来,还赠送了礼物,非常满意他们的服务。”来自南川区金山镇的曹洪福说。据了解,此次运送的返岗员工为重庆京东方员工。该公司春节期间持续保持生产,至今未达到满产状态。“除了部分外地员工无法回渝以外,寒假离职、自然离职等众多原因导致了用工的缺口。”京东方光电人力资源部负责人介绍。

“两江新区人力资源公司和水土园区都在积极帮我们想办法,除了此次运送的一些偏远地区的返岗员工外,还帮我们联系了附近一家企业的80多名一线操作工。”该负责人介绍,这家企业目前尚未复工,工人处于待业状态。目前,这80多名员工已入驻京东方,经过简单培训后即将上岗。

采访中,记者了解到,为帮企业解决“缺工”问题,两江新区人力资源公司按照重点企业“一企一员”的原则,各部门抽调专人,深入园区搜集招聘需求,对收集整理的企业信息制定对接表,分片区、分区域落实“企业服务员”,确保每一个重点企业都有“企业服务员”对接联系。

“我们还积极通过中介公司、招聘网站、24小时招聘热线等方式,免费为企业招聘员工。”两江新区人力资源公司相关负责人介绍说,他们还在火车站、水土中心等地区设置招工点,安排专人定点招工,以实现用工企业和务工人员需求双向精准对接。

截至目前,两江新区人力资源公司已全面摸清鱼复、水土、龙兴三个园区及直管区等150多家企业的用工需求,通过各方面渠道,为新区重点企业破解用工难题。

东风公司:

努力化解疫情冲击保生产

本报讯(记者邹明强 通讯员李小艳 陈五林)作为湖北省的支柱企业,东风公司正在有力有序地推动复工复产,全力以赴保持生产经营稳定运行,努力发挥对上下游其他企业的带动引领作用。

2月份以来,东风公司各单位就根据疫情新形势,动态做好复工复产的谋划和预案制定。员工返程方案、隔离方案,防护用品采购、储备方案,员工作业防护方案,作业场所管控方案、应急方案,疫情监测方案,就餐方案……一系列方案,都在细之又细地打磨出台。

自2月4日以来,东风公司各级管理者就以“磨刀不误砍柴工”的精神,通过网络充分交流沟通、分析研讨,把年初作出的宏观部署进一步微观具体化,拆解成详细的时间表、路线图。

为确保企业平稳运行,东风公司的营销领域更是一刻也没有歇着,营销新花样层出不穷。公司近期启动了东风轻型车抗疫营销应急方案,积极开展线上营销活动。东风轻型车经销商沈阳鼎杰开设了“鼎杰卡车直营店”快手直播间,吸引了700多名网友和卡粉们的观看、互动,并成交了一辆东风途逸。

东风商用车有限公司推出“足不出户,线上看车”服务,与营销网络成员打好配合战。通过电话、微信、视频等方式,及时了解客户情况,掌握客户需求。如今,东风商用车经销商沈阳东贸、宁夏守信等成员已经拿下线上订单,极大鼓舞了团队士气。

东风日产、东风启辰积极创新销售方式,有些经销店通过网上展厅、VR看车、抖音直播等方式,让客户足不出户看车和购车。

东风公司各单位正最大限度地弥补疫情对生产经营的冲击,最大限度消解疫情对企业发展的影响。复工复产后,他们将最大限度地高效工作,尽最大努力实现全年目标。



“抗菌不锈钢能够有效预防病菌传播、防止交叉感染,我们必须快速拿下”

高附加值产品抗菌不锈钢有望二季度上市

本报讯(记者康劲 通讯员任聪 黄培军)新冠肺炎疫情发生以来,有关病毒在不同物体表面存活时间长短的话题引发各方关注。“抗菌不锈钢能够有效预防病菌传播、防止交叉感染,我们必须快速拿下!”酒钢宏兴股份公司不锈钢分公司相关负责人表示,力争今年二季度研发出抗菌不锈钢系列产品。

酒钢集团是目前我国西北地区建设最早、规模最大、黑色与有色并举的多元化现代企业集团。新冠肺炎疫情发生以来,他们迅速行动,通过一系列举措,吹响疫情防控“集结号”。不锈钢分公司更是摩拳擦掌,分析疫情对市场、生产及经营带来的影响,决定对前期成立的抗菌不锈钢产品开发专职项目组重新组合,

配备“豪华阵容”,向抗菌产品全力出击,加大力度、加快进度、加速开发生产抗菌系列产品。

抗菌不锈钢作为一种新型材料,此前在国内研究的多,但大规模生产的非常少。据介绍,含铜抗菌不锈钢是合金型抗菌不锈钢的一种,根据不锈钢类别的不同,冶炼时添加不同含量的抗菌元素铜,经过连铸、热轧、冷

轧,再经过特殊的抗菌处理,在不锈钢基体中形成足够数量、均匀分布的抗菌富铜相,达到抗菌抑菌效果。

据了解,近年来酒钢宏兴不锈钢分公司始终坚持技术创新、品种增效的思路不动摇,现有不锈钢品种已达50多个,质量位居行业第一梯队。该公司此次立项开发的含铜抗菌不锈钢是目前研发应用最广泛、抗菌抑菌效果最持久的合金型抗菌不锈钢,在餐具厨具、卫浴、医疗、家用电器、食品加工以及交通运输等领域具有广阔的应用市场,对于有效预防病菌传播、防止交叉感染和提高公共卫生水平具有重要意义。参与此次研发项目的技术人员表示,抗菌不锈钢生产难度大,但他们会全力攻关。

疫情防控催生健康汽车产业链

将车内空气清洁标准从“安全”升级为“安全+健康”

本报讯(记者李国 通讯员张珂)受疫情等多重因素影响,1月国内车市整体销量同比下滑18%。与之形成鲜明对比的是,地处西部的长安汽车整体销量达134578辆,其自主品牌乘用车更是逆势上扬同比增长1.8%。

2月18日,长安汽车渝北工厂正式复工,作为龙头企业,长安汽车的复工复产事关上下游产

业链——规模庞大的配套企业和汽车消费市场。

该企业负责人告诉《工人日报》记者,长安“PM0.1级”复合抗菌杀毒高效过滤器将迎来量产。这套系统可有效阻隔病毒依附在气溶胶、飞沫、粉尘上传播,过滤效果达到95%以上,并实现超强的杀菌、换气功能。在将车内空气清洁标准从过去的“安全”升级为“安全+健康”的

努力中,长安汽车又一次走在了前列。

事实上,对此次新冠肺炎疫情的防控,也引发了汽车行业在产品技术和应用价值上的新探索——从安全的汽车,到环保的汽车,再到健康的汽车,从工业时代制造汽车解决出行需求,到信息时代汽车有望成为新的移动终端,汽车在社会生活中正承担越来越大的

功用,与个人之间的联系也远远超过了“出行工具”的范畴。可以肯定的是,疫情过后,私家车消费或将迎来拉升效应,而带有空气净化功能的车型将更受用户青睐。

记者在采访中了解到,长安欧尚汽车斥资1000万元,加速研发量产达到N95级空气净化效果的IAPS智能活性滤净系统。