

架起便捷互通的“空中通道” 无锡↔新加坡航线复航

本报讯(晚报记者 蔡佳/文 朱浩/摄) 12月28日12:30,捷星航空3K833航班满载着来自新加坡的旅客降落至无锡硕放机场,现场举行了民航界的最高礼仪“水门礼”,迎接远道而来的航班和海内外旅客。无锡至新加坡航线复航,标志着捷星亚洲航空新加坡无锡航线的首航,将全面架起“锡新”经贸、旅游、文化交流的空中通道。

“从得知无锡至新加坡航线开通的消息就开始期待,大家都奔走相告,数着日子等待这一趟行程。”昨天,新加坡旅客虞美华体验了首航航班,落地无锡后很是激动。当天,共有170名旅客搭乘航班从新加坡出发,主要是旅行团、留学生、商务人士。捷星航空新加坡航线首航团一行将在锡开展为期3天的考察交流活动,进一步推动无锡与新加坡在经贸、科技、人文、旅游等方面的更深层次合作。

新加坡航线复航让不少无锡市民期盼。“原先从无锡去新加坡要转机,现在方便多了,直达只要5个多小时。”市民吴女士的女儿在新加坡上大学,此前从无锡出发去新加坡,

要到广州或深圳转机,全程需要耗费10个多小时,最长一次花了25个小时。“如今在家门口就能坐上直飞航班,孩子回家轻松又快捷,真是太方便了。”吴女士说。“我以前没有去过新加坡,了解到新加坡航线恢复,准备安排行程去旅游一趟。”还有市民迫不及待规划明年的休假行程。

捷星航空集团大中华区和东南亚地区总经理许海冰介绍,此次往来无锡硕放机场与新加坡樟宜机场的直航航班由空中客车A320执飞,2023年12月28日至2024年1月14日,每周2班,班期为周一、周四;

2024年1月15日起,每周4班,班期每周一、二、四、六。“无锡至新加坡客运航线正式复航,将为在新加坡和东南亚一带的无锡籍华人华侨和乡贤回乡探亲、旅游、就业、商务投资架起一座空中桥梁。”许海冰透露,捷星亚洲航空每年可在新加坡与无锡之间提供超70000个低价座位。

被誉为“亚洲四小龙”之一的新加坡,位于马来半岛南端,凭借着地理优势,成为亚洲重要的金融、服务和航运中心之一。苏南国际机场集团有限公司市场开发部部长蒋浩新表示,2024年2月18日即将迎来无

锡硕放机场开航20周年,无锡往返新加坡航线的恢复,为无锡本地及周边市民出境提供更便捷多样的出行选择,进一步促进两地经济和文化的交流合作。该航线的恢复还开启了无锡硕放机场拓展航线网络、推动苏南地区经济高质量发展的新篇章。

据悉,旅客可登录捷星官网,享受以人民币700元不到的单程未税优惠价,预订2024年1月至5月从无锡飞往新加坡的航班。无锡至新加坡航线开通后,旅客还可通过捷星亚洲航空航线网络,通达澳大利亚、新西兰、马来西亚等国家的主要城市。



“迎水门”仪式。

在惠山古镇的西神广场上,吴晓正绘声绘色地为游客们讲解无锡的历史文化。她曾是一名有6年职业经历的出境游导游,如今已转行为国内游导游,并从长线游业务转型到了本地游讲解员。而吴晓的业务转变,正折射出旅游市场的转变。昨天举行的无锡市导游发展大会提出“打造本地人的本地游”,为导游转型提供职业新赛道。

导游需更换赛道求发展

记者了解到,无锡目前导游人数7500人,其中2500人为专职导游,5000人为兼职导游。“三年疫情,无锡流失了超过1000名的导游,太痛心了。”无锡市导游协会会长徐立新表示,在上世纪80年代,无锡旅游相关学校的导游专业,200人报名就录取一个人,能当导游并且考上导游证的人,可谓凤毛麟角。无锡第一本《无锡导游词》就是由徐立新编写的,他觉得一场疫情,改变了旅游出行的业态,也深刻影响了导游的“饭碗”。“以前无论国内游还是出境游,国内游想要酒店优惠,出境游语言不通,所以都需要导游,现在随着主流客群成了90后、00后,他们可以熟练地安

排出境游玩的一切,导游已不是刚需。”徐立新表示,打造本地人的本地游,是导游行业的新赛道。

徐立新认为“本地游”这并不适合旅行社承接,因为利润过低,但非常适合作为导游的个人业务,导游们又能独立完成带团业务,了解客户需求,有的导游甚至自带流量,本身就有很大的吸引力。如无锡导游屈勇飞,在直播圈小有名气,时常在无锡各个景点直播讲解景区的历史文化和故事,语速欢快幽默,很受欢迎。吴晓告诉记者,“在我看来,无论是做出境游、国内游或是本地游,导游的业务是相通的,其实国内游的市场也很大,本地市场也可以做好。”



从出境游到国内游 从长线游到本地游 “导游”转型进行时……

本地游市场将有无数可能性

“想要吸引外地游客来无锡,先得从本地人的本地游开始。”徐立新表示,本地有什么好玩的地方、好吃的地方,本地人会不遗余力地选择,城市自豪感促使大家一起使劲,所以在抖音、小红书上,有很多流量网红做各种无锡游玩攻略。梅园的莫奈花园、鼋头渚的红嘴鸥、惠山古镇的菊花展……几乎都是先从网络上出圈才爆火的。

70后的兼职导游沈眉表示,自己在2019年前做导游带团的,后来离开旅游行业后,去做了咨询公司的工作。如果单从收入而言,咨询公司更高效也稳定,但始终觉得这

个职业与自己格格不入。所以做咨询的同时,自己在小红书上开了一个账号,设计一些无锡小众的旅游路线活动,包括研学项目、沉浸式体验项目以及变装旅拍项目等,“没想到,每周都有人报名,我就利用周末带团。大多报名的是无锡本地人,所以本地市场是非常大的,只要愿意策划设计好路线就有人。”

徐立新强调,本地游有无数的可能性,需要更多地挖掘,比如颠覆性的创意、沉浸式的体验,而导游需要为此增添附加值,策划设计旅游路线和活动,不断设计新的产品和新的活动,满足游客个性化需求。

跨界联合形成优势互补

现在的游客对当地文化越来越感兴趣,很多年轻人愿意为了“文化”买单,但同时对讲解导游的专业业务要求会更高。“惠山古镇的导游就特别吃香,大部分到古镇的游客,都需要导游讲解,他们想要了解拥有108个祠堂的地方有多少故事。”惠山古镇景区工作人员说。对此,徐立新也表示,像无锡乐游无锡接待专员,就是需要对无锡的历史文化非常了解,她们这一批专员是通过考核、比赛选出来的,导游费也比普通导游要高,“如果普通导游500元一天,那么她们就是2000元一天。”

如今的旅游市场,呈现了低成本开发、低成本运营、低成本创业和高

频次消费这“三低一高”的趋势。通过跨界和联合,降低开发成本,形成优势互补。如旅游+影视的项目开发,徐立新表示,更好地将影视资源带入旅游活动,比如到某景区做沉浸式的体验活动,需要换服装和制作场景,那么无锡本地的影视公司就有大作用,导游也有更大的发挥空间,“上海老阿姨到横店拍摄《甄嬛传》,引起了很大的反响,每个人都有一个明星梦。”江苏锡西影视文化产业有限公司杨斌表示,来无锡的剧组基本都是自己公司来制景的,多年积累,更拥有上万套不同时期的服装,完全可以满足游客的沉浸式体验需求。

(璩璩)