



3月20日，春秋旅游的省内游首发团。



旅行社的一月、三月、七月和十月

暑假之后，现在热闹的旅游业或许会恢复冷清。

□ 记者 | 周 洁

随着文化和旅游部宣布有条件恢复跨省游，不仅曾经一度陷入危机的旅行社线下门店开启复苏模式，线上旅游也重新活了过来。数据显示，在恢复跨省游当晚，携程平台上度假、酒店、民航等各个板块搜索量迅速攀升，国内跟团游、自由行瞬时搜索量相比恢复前暴涨了500%。

游客的旅游热情开始释放之际，旅行社也在积极自救。

1月，乌云蔽日

疫情暴发之际，是中国人的新春佳节，也是旅游业的黄金时间。随着疫情不断发展，1月24日，文旅部发布通知，要求27日起全国暂停境内外跟团游和“机票+酒店”半自助旅游产品。这两款产品，恰好是旅行社业务的大头，占比或达到90%，一时间，旅行社的头顶乌云密布。

春秋旅游副总经理周卫红向《新民周刊》回忆，文旅部的通知发布后，旅行社业务断崖式下跌，而且对于此前客人订单的费用，旅行社也需要根据合同进行退回。“一开始我们和客人分摊了承担，因为春节期间的酒店和机票都需要提前预定出款，尤其是境外的酒店，目的地国家没有发布旅行禁令的话，根本不会给你退款，后来国家政策出来后，我们自掏腰包，为大部分客人进行了全额退款。”仅退款一项，春秋旅游就贴补了4个亿，损失惨重。

业务没有了，但这个春节，整个旅游部门的员工都前所未有的忙碌，“无数退款的订单、无数咨询电话，还有我们跟供应商、采购方、资源方的各种协调，所有人都在尽力减少损失。”

为客人办理退款，是当时旅游业的普遍状态。作为国内OTA(Online Travel Agency)大佬，疫情初期，携程服务体系中待处理的订单一直处于攀升状态，15000名客服、产品、业务、职能的团队联动，出台了25项用户和供应商的保障政策，组织