让每一个人的旅途,都变得独一无二

记者 劳育聪

说到旅行,很多人的第一反应不是跟着旅行社的小黄旗就是自由行。前者的体验在近年来备受争议,而后者常常给策划人带来比较大的压力。旅行真有那么难吗?两位1993年出生的创业新贵周全和朱虹光,巧妙地化繁为简推出了"MEMO定制旅行"。在"定制化"理念深深植入制造业、互联网行业的时代,这两个年轻人立足于宁波,将"个性"融入旅游业。让每一个人的旅途,都变得独一无二。



服务细致到连换币的汇率都会帮忙盯着

对宋小姐来说,这是截至目前最令她难忘的一次旅行体验。本周,她与先生结束了在澳大利亚的8天蜜月旅行。"如果一定要打一个比喻来形容这次旅行的话,我觉得它像一件面料极佳、无比贴合的衣服。它让我发现,旅行是一件个性十足且私人的事情。"她兴奋地描述了在去年9月份购买的定制旅行服务。

说定制旅行像一件缝织细密的衣服,一点也不过分——所有的安排完善到超越她的想象。在旅程开始前,定制团队就提供了各种与澳洲之行密切相关的信息。其中,涵盖了"各大绵羊油品牌的口碑与价格比对""不要进哪些性价比不高的店"等一般旅行社不会提供的"干货"。"甚至,他们的服务细致到连换币的汇率都会帮忙盯着。"她很惊讶。

此外,这对新婚夫妻希望能够去一些人不多但足够有趣的 景点,而不用操心交通,且能了解一些当地的文化。在旅行之 外,还要有一定的私人空间和时间。

刚出悉尼机场,长期生活在澳洲的司机就驾车出现在他们面前,为他们的旅途提供所需的各种接驳,并且穿插了各种贴

心的中文讲解服务,即使只是一个地点间的切换,也可以在路途中换一角度了解澳洲的风土人情。

8天,两个人穿过悉尼、凯恩斯、黄金海岸、墨尔本等多个地点,收获了独一无二的蜜月回忆。最令宋小姐印象深刻的是团队安排了一个风景奇美又鲜有游客去的地点:"那个地方叫做Rainbow Bay,苍穹水草树林,犹如大片般壮观。"她拿出相片开心地分享道。

此前,宋小姐一直坚信有个矛盾存在于旅行中——自助游虽然自由但让人操碎了心,报团游省心却鲜有自主空间,似乎自由与省心之间,永远都缺乏一个平衡点。"现在,我想我找到了调和这种矛盾的最佳方式。"她笑着说。

受众需求变多元, 定制理念一触即发

将旅行解构并重组成一件贴合衣物的,是两个1993年出生的年轻小伙周全与朱虹光。

2012年,周全来到四川支教,认识了同样是诺丁汉大学学生的朱虹光。由于两个人的兴趣、爱好一致,所以变成了无话不谈的朋友。此后,两个小伙结伴在全世界各地进行义工旅行。他们的足迹遍布许多地方——去尼泊尔支教、去斯里兰卡参加海龟保护活动、去毛里求斯的孤儿院里帮助孩子们······

在这个过程中,两个人积累了大量旅行中的经验,也结识了分布在世界各地的朋友。他们逐渐开始关注旅游业这个行业——传统的旅游业似乎面临一定的问题。当时,有一部分旅行社的旅游服务体验非常差,甚至出现了"宰客""拿回扣"的负面报道。

为了近距离了解这个行业,周全与朱虹光

体验了负面报道中的旅行社服务。"当时,我们故意不买东西,结果真的被导游从大巴车上赶了下去。"也是这一把推力,让周全决心去做定制旅行服务,"其实旅行本来就是一件稀松平常的快乐事,不应该有太多的负担,不是吗?"

而理性地反观眼前的旅游市场,受众们对于体验的要求正在变得多元且严苛——他们拒绝"被消费"、希望找到标新立异的文化要素、有足够的私人空间、不为交通浪费无谓的时间……细分化的标签如同多米诺骨牌一般向这个市场压来,逼迫着不肯变通的传统旅游业逐渐式微。唯有贴合并满足每一个受众的不同需求,带来个性十足的定制型产品,才不会令一个旅游品牌黯淡下去。

2015年,大学毕业的周全投身到了创业中去,创立了"MEMO定制旅行"品牌,主打各种旅行定制产品。朱虹光则进入了咨询公司工作,体验了一下大公司中的生活。在工作半年之后,朱虹光决定辞职,成了周全的合伙人,共同经营他们最初的那个梦想。