

重温青葱岁月，请专业团队策划，流行边开边旅游 你想象不到的“同学会经济”

■记者 潘敏洁

清明假期将至，不少“班级”趁着这个小长假举办同学会。眼下同学会越来越流行，搪瓷杯、红领巾、创意集体照……与过去聚会不同，新型同学会早已霸屏微信朋友圈。

为了留下珍贵的青春回忆，不少“班级”更是花“重金”邀请专业的策划公司为他们“私人订制”。除了策划公司以外，同学会经济也推动了酒店、旅游业、纪念品、个性服装等相关产业链的发展。可以说，同学会“私人定制”的兴起，让同学会经济成了一片新蓝海。



从自行操办到做“甩手掌柜”

“筹备了1个多月的同学会，过几天要开启帷幕咯。”说起与十多年未谋面的高中同学们聚会，陈女士既忐忑，又兴奋。

80后的陈女士，初中毕业于原上望三中，毕业已有13年。今年1月，她被拉入刚建立的同学群，在闲聊中，大家都表示“多年未见何不找个机会相聚”。这个提议受到热捧，经过商量，大家一致决定办一场有意义的聚会。与过去劳心劳力不同，这次他们都做起了“甩手掌柜”。

“以前，我们开过初中同学会，当时上交的经费、活动安排全部由我们几个同学安排，不但琐碎，活动安排也无外乎吃喝、K歌，显得很没劲。”陈女士说，这次看到朋友圈被刷屏的新型同学会，大家一致同意将活动全权交给策划公司打理。

“大家都忙着工作，想主题、策划游戏也没那么多点子，交给专业策划公司一举两得。”陈女士说。

“我们的同学会特别有意思。”说起今年农历正月里那场高中同学会，市民

金先生赞不绝口。他说，当时安排了2日游，首日去母校，穿着统一服装、戴上红领巾体验了当年的课堂氛围，并拍了创意集体照，接着集体去台州，在当地的酒店举办晚会，大家一起旅游观光，让人仿佛回到了校园时代，感觉非常温馨。

整场同学会下来，人均花费1000多元，开销不算便宜，但对金先生和他的同学来说，这场同学会摆脱了传统聚会的大吃大喝，重温了单纯的同学情谊。

做精做细坐稳市场

如何更好地赢得同学会的认可，是策划公司、旅游公司必然要面对的关键问题。随着市场日趋激烈，不少公司往精细化服务发展，以求在市场中占有一席之地。

过去，“三人行”虽然也有提供晚会服务，但过于简单、流于形式。当下，不管从形式上，还是从内容上，“三人行”都费尽心力，不时跟同学会组委会进行沟通，挖掘同学间的故事、亮点，策划一场有温度的同学会。

比如，收集大家当年的照片，制作成展板；收集当年的文具、生日礼物、作业本、日记本，并重新定制了当年的校服等。晚会现场还会设计颁奖典礼，颁出各种具有恶搞精神的奖项，营造了同学会既不失幽默、又不失温暖的氛围。

在细节服务上，不少公司都提倡人性化。“同学们时隔多年未见，会存在认识却叫不出名字的尴尬，我们则为每人制作了胸牌，避免了这份尴尬，也拉近了同学间的关系。”张丽梅说，着重突出对老师的感恩环节，在校园里铺上红地毯，播音乐、放礼炮，给老师献上鲜花。

“针对2日游的同学会，在第一天晚会高潮后，第二天我们基本以慢节奏为主，让大家睡到自然醒。”郑存照说。

游戏也是增强同学间活动的重要环节。绿森户外运动俱乐部负责人周先生说，活动需要不断地推陈出新，结合当下热门推出类似于“奔跑吧！兄弟”的活动，令参与人员开心地相聚一起。

同学会所带来的餐饮、住宿、策划公司、旅游等经济效益外，其衍生的一系列产品也逐渐走俏。“根据客户要求，我们会提供服装、纪念杯等产品，服装一般通过网络渠道购入，价格从几十元到上百元不等，而一些客人也会自己直接前往瑞安商城购买，这些也带动了市场需求量。”张丽梅说。

酒店、农家乐订单不断

随着同学会经济兴起，酒店、饭店承接同学会活动也不断升温外。“从去年以来，酒店接到的同学会订单翻了好几倍。”瑞安市花园餐饮娱乐有限公司常务副总经理陈美娇说。

雅林现代农业园相关负责人同样表示，近年来，同学会订单有所增长，

多为AA制，2000元/桌的酒席最受欢迎。

据介绍，花园大酒店特意开设了两个专为举办同学会的大厅，可容纳10桌酒席，内设音响、舞台等。同时，该酒店还免费提供啤酒、场地布置等。“一场同学会一般有四五十人，开

席四五桌酒席后，其余酒桌则被布置成茶话会，在晚宴开始前，大伙可以三五成群，畅谈往昔一番。”陈美娇说。

而相比于70后、80后，60后同学会更偏向于节俭风，一些酒店则会提供额外服务，简单地对会场进行布置，营造一下热闹氛围。

策划公司争食“蛋糕”

眼下，同学会从自行操办到交给专业策划公司打理，类似的情感营销一站式服务蛋糕也越来越大。

市三人行户外运动有限公司于去年4月份开始，主打以同学会策划为主，并改变了以往单一的户外旅游模式，推出了一条龙服务。据了解，仅2月份“三人行”便策划了40多场同学会，3月份平均每周有2至3场同学会，订单量排到了5月份。为抢占周边城市的市场，“三人行”还在平阳开设了分店。

“随着同学会越来越流行，同学会‘私人定制’是大势所趋。”“三人行”负责人张丽梅说。

据介绍，新型同学

会的客户群体以70后、80后为主，尤其是70后的人群，他们阔别校园甚至有长达30多年之久，对往昔的同窗情谊更是分外留恋，并且这个年龄段的人群正值壮年，大多事业有成，令他们更加渴望找回一些以前的记忆。

面对这个诱人的“蛋糕”，我市的一些旅行社也按捺不住了。“为顺应市场变化，我们逐渐往旅游产品多样化发展，比如举办同学会，不仅提供旅游项目，还专门策划重温校园、晚会等活动，为消费者带来了边旅游边开同学会的服务。”瑞安市顺达国际旅游服务有限公司董事长助理郑存照说。

2014年以来，“顺达”接到的同学会

订单量逐渐增多，尤其是年关，工作人员忙得脚打后脑勺。“年关前后，散落各地的同学难得集聚，成为举办同学会的井喷期。”郑存照说。

相比跟团旅游，同学会式旅游，旅游公司要投入的人力、物力多很多。比如，2日游活动，公司派3名工作人员就足以应付，而边旅游边开同学会则需要加倍人手，负责晚会策划、组织游戏等。郑存照坦言，虽然成本加大了，但同学会式旅游相比普通旅游，含金量要高很多，这也是同学会市场日益火热的原因之一。

据介绍，策划机构需要负责前期的环节设置、服装定制到联系车辆、预订酒店，再到后期的制作纪念片、纪念册等内容，最终价格也与所选择的服务项目数量、档次也会不同。其实，比起传统聚餐来，“私人定制”分摊的价格并不低，但策划机构有针对性地设计环节、情境，能让参与者最大限度地放松身心，性价比还是挺高的。

