

陕西表彰旅游行业先进

本报讯(郭旺)“2019陕西旅游产业盛典”近日在西安举行。此次盛典的主题为“融合创新·品质服务”，旨在弘扬旅游产业正能量，传递旅游产业好声音，展示陕西旅游产业新形象，力促陕西旅游产业高质量发展。

陕西省文化和旅游厅副巡视员孟宝民在致辞中表示，2019年陕西省接待国内外游客7.07亿人次，实现旅游产业总收入7200亿元，同比分别增长12.2%和20.11%。

据悉，盛典上颁发的奖项经陕西省旅游协会和专家评审组联合确定，共分为五大类17个项目。其中，旅游品牌奖分设特色景区奖、优秀酒店奖、优秀旅行社奖、最佳民宿奖和特色商品奖5个项目，旅游服务奖分设优秀导游员、最美酒店人、最美温泉人、最佳自驾游服务奖、最佳团体奖5个项目，突出贡献奖分设研学旅行奖、创意贡献奖、管理贡献奖、教育贡献奖、产业贡献奖5个项目。此外，还颁发了旅游扶贫奖与协会贡献奖两个独立奖项。

盛典上，陕西省旅游设计院发布了《2019年陕西省旅游发展报告》，总结2019年陕西旅游发展情况，展望2020年发展趋势。

同程旅游进军环球邮轮市场

本报讯(袁婷婷)由同程邮轮事业部主办的“圆梦环球 启航中国”发布会近日在苏州举办。笔者从发布会上获悉，同程邮轮已与Japan Grace和平之船达成推出环球航线的战略合作。

据了解，Japan Grace和平之船环球邮轮旅行项目于1983年创立，截至2019年，和平之船已停靠全球近300个港口，接待乘客超过8万人次。此次合作，同程旅游将推出3期环球旅游产品，行程时间为97天和101天两种，分别于2020年4月、9月、12月启航。值得关注的是，4月、9月启航的产品分别于温州、厦门出发，为当地游客打开了一扇直通环球之旅的大门。

十次“穷游”不如一次高品质跟团游

海南跟团游重获散客青睐

□ 王赵海

近年来，伴随旅游经济的持续火爆，各式各样的新玩法不断涌现。在崇尚自由、个性的今天，很多人认为，选择自由行才是旅游的主流。然而在海南，跟团游非但没有日薄西山，反而在游客新需求的驱动下焕发出新的生机与活力。

产品体系更丰富

近日，某旅游公众号的一篇文章获得多人共鸣，文中讲述了一名热爱旅游的年轻人小薇的亲身经历。体验过多次穷游之后，小薇说，“为了淘到便宜的东西，我们需要花费更多的时间和精力去对比、分辨，最后还要承担购买廉价商品可能导致的质量风险。”最后，小薇感叹：“十次自助穷游还不

如一次高品质的纯玩团。”

寒假将近，大学老师刘波一家已经选好了高品质的亲子团。“这是我们第二次选择寒假去海南。上一次和同事结伴同游，因为不熟悉海南，联系旅行社选择了小包团，感觉非常好。这次我们选择了亲子团，一则省心，二来孩子可以结交更多同龄人，玩得也会更加开心。”刘波说。

“如果有一种旅行，可以推开窗户钓鱼、躺在床上看海、打开门捉螃蟹、枕着涛声入眠，你来不来？”在海南分界洲岛的海钓会所全景亲海房里，微信的游客林先生引来了众多“羡慕嫉妒恨”。一求攻略，网友们发现，这么有个性的产品原来是海南银河旅行社刚刚推出的新春版5天三亚“在岛中”高端纯玩品质团。

该产品在西南市场很受欢迎，已

然成为我社的领军线路。”海南银河旅行社市场总监张欣说，该社的线路产品主要分为五类：常规平价跟团游、自由行、半自助游、主题游和特色游，各自占据20%的市场份额。“相对于个人做攻略，旅行社的行程规划比较专业，对于旅游资源的了解以及价格采购都有明显优势。尤其是海南游，春节前后这一两个月自助游的性价比优势并不明显，如果想省钱、省时、省力，跟团游是最好的选择。”

“一条环岛线游海南，家家拼价格的时代已经过去了。透明的信息、无负担的行程、上千条线路供游客选择，当下，海南各家旅行社都在主打差异化，创出自己的特色跟品牌，只有这样，旅行社才能持续良性发展下去。”海南心旅途国际旅行社有限公司市场副总经理卓郁珠说，多年来，

该社在产品体系方面深耕细作，目前已经研发出八大产品线路体系，能够满足不同的客群需求。其中，零购系列、幸福系列、养生系列很受欢迎。

服务体系更完善

除了产品体系的多样化、精细化之外，服务体系的提升也是游客重新选择跟团游的一个关键因素。

“眼下，我们正在努力摆脱低品质、不合理低价、强迫游客购物这些昔日跟团游的负面标签。完善服务体系，让旅游行程更加明确、规范、细致，一价全包、零购物零自费让游客放心出游，还有专门的售后服务部门随时跟进了解游客的满意度，这些都为游客选择跟团游增加了砝码。”卓郁珠说。

在海口市旅行社协会秘书长麦伟

文看来，随着旅行社服务体系和产品体系的不断完善，散客出游委托旅行社的时代重新到来。“近两年在海南，旅行社推出的私人定制小团很受欢迎，游客多以家庭或是亲友为单位，他们选择跟团游就是信任旅行的一种见证。”麦伟文说，海南旅行社企业越来越重视自己的口碑和社会诚信度，管理理念和服务理念也在不断升级。这种升级伴随时代发展应运而生，也是新时期旅行社转型升级发展的具体体现。“以前旅行社靠信息不对称赚钱，信息化的广泛普及让游客对于一个旅游目的地、一条旅游线路的了解更加深入。而正是这种信息的对称和透明，让游客得以看清旅行社跟团游产品的魅力，帮助旅行社赢得了游客的信任，让旅行社重新回归到‘散客出游服务提供商’这个角色。”

新闻会客厅

注重细节设计 让讲解更出彩

□ 被访者：全国金牌导游员张娟
□ 采访者：郑燕

近年来，随着游客的旅游经历逐渐丰富，对于常规讲解，游客开始产生审美疲劳。如何让讲解出彩、出色、出奇，迅速吸引游客、让游客有如沐春风之感，从而有效提升游客的体验度？全国首批优秀导游员、金牌导游员张娟认为要做好以下几点。

首先，开篇要出彩。这个开篇就是导游的欢迎词。“接团先讲欢迎词，介绍自己、介绍司机、介绍乘坐的旅行大巴车、代表旅行社欢迎大家等等，这是必要的程序。不过，在这个欢迎词之前，还可以说点不一样的。”张娟说，不同的季节可以有不同的欢迎词，秋天接团，可以说“层林尽染，欢迎大家走进某地，车外秋意萧瑟，

希望我的讲解能让大家感受到车内温暖如春。”

张娟说，有一次接团时，天正下雨，游客明显不开心。她即兴来了这样一段开场白：“今天，让我们迎着这淅淅沥沥的小雨走进古老的孔氏旧庄，去感受那千年的建筑犹如无声的音符在雨中默默流淌。”这种因季节、因天气而异的开场方式，很容易给游客留下不错的第一印象。

其次，结尾要出彩。落脚点可以放在欢迎总结上。“常规的欢迎词大概分为这么几种：期待再见型、谦虚认错型、渴望包容型、美好祝福型，这些形式都很好，但是容易落入俗套，我们不妨试试欣赏作业型。”

所谓欣赏作业型，就是给每位游客做一个小结。张娟曾在送团时给游客做过这样一份小结：“感谢团队里的王

姐，您对我们的工作提出了很多意见和建议，这些都会让我们更好地成长；感谢李叔叔，您是一位特别热心的人，昨天咱们团队里小朋友不小心划破手，您第一时间递上创可贴，为您乐于助人的精神点赞；感谢王大哥，在我讲解时一直帮我举着旗子，你是最优秀的导游助理。还有其他的几位朋友，谢谢你们在我讲解的过程中一直带给我温暖的眼神。这样的总结游客是很喜欢的，因为他们感受到被关注、被重视、被欣赏，所以，不妨学着带给游客一份精彩的欣赏作业。”

张娟说，某年十一假期，她在曲阜三孔景区带深度讲解团，走到孔庙杏坛前发现门前摆放着几块《论语》的宣传牌。“通常来说，这种用来渲染气氛的宣传品，导游是不必讲的。但是，注重细节设计，可以让讲解更出彩。”

张娟是这样对游客说的：“杏坛在哪里呢？杏坛在每个中国人的心里。孔子当年周游列国，众多学生追随，走到哪里都可以席地而坐，看着蓝天白云一起来讲述。就好像此时此刻我们站在这里，眼前出现了这样一块牌子，‘学如不及，犹恐失之’，孔老夫子教给我们的学习态度就是这样的。所有的语言都在向我们传递着文化的味道、国学的魅力。”一段精彩的现场解说，让游客们鼓起了掌。

张娟说，导游讲解不要为了讲而讲，除了搞清楚来龙去脉，凡是跟讲解对象产生关联的细节，比如它的历史、带给你的感触、与景区的前世今生等等都可以拿来，配上自己的语言让讲解活色生香。

讲解曲阜大成殿的龙柱，一般来说，导游会介绍柱子如何精美，讲述关

于龙柱的传说故事。乾隆皇帝来时，柱子上的布被大风刮了下来。孔家人解释里面都是野龙，您是真龙天子它们害怕了等等。很多导游的讲解就停留在这个地方。但对游客来说，这仅仅是个有意思的故事而已，还不过瘾。那么，如何继续挖掘景点的内涵和外延呢？

张娟是这样讲的：“古代的皇帝跟龙柱有着美丽的故事，现代的帝王跟龙柱也有着美丽的邂逅。说的是谁呢？法国前总统密特朗先生。密特朗总统和龙柱合影了，他想把中国龙带给法国人，让他们看看龙的精美。没想到，照片拍出来他是闭着眼睛的。可是，这样一个被很多人看起来失败的照片，却有着一个美丽的名字：聆听龙的声音。朋友们，聆听龙的声音，就在这空气当中有龙的声音。您听到了吗？那是中华民族的文化传统在流淌、在传承。”

她说，运用这种方式，让游客感觉听了故事、有了乐趣，意境也随之提升了。



无锡拈花湾全新景观——微笑广场

2020 让我们微笑启航
无锡拈花湾景区用匠心谋求创新发展

以匠心为魂 践行创新创造之路

“匠心”，是拈花湾文投坚守的初心，而当诗和远方成为大多数人的刚需，践行“推动中华文明创造性转化和创新性发展”的“双创”理论，将抽象的传统文化转化成为市场欢迎的旅游产品，则是其对卓越品质的追求。



拈花湾夜游



山东曲阜——尼山圣境

陕西汉中——兴汉胜境

以文化为根 打造文旅行业传世精品

随着近年来文化旅游事业的发展，拈花湾文投依托自身打造大型文化旅游项目的能力，在品牌、创意、管理、文化等轻资产输出领域拓展经济增长点，成立了以创意策划为核心的“投智”平台。

凭借对中华传统文化的深刻理解与感悟，拈花湾文投将优秀的传统文化进行创新性演绎，缔造了无锡拈花湾小镇、以管理模式输出的形式，负责尼山圣境项目的经营运维工作；以全产业链参与陕西汉中兴汉胜境等多处游人如织、蜚声中外的文化胜景建设。

作为心灵度假目的地的拈花湾，通过对禅文化的极致演绎，形成了独有的IP，开园首年便接待了140万人次购票入园的游客，开园第4年游客量已突破250万人次，景区内客房数量超过1500间，全年平均入住率超过61%，是热门度假目的地之一。

以儒文化为根基的尼山圣境景区，打造了从生态旅游、休闲度假到文化体验、修身启智的“文化修贤度假胜地”。自2019年开园以来，即作为守正创新的文旅项目的代表受到推荐，成为山东旅游的新名片。其文化夜游季一经推出便引爆山东旅游市场，夜游季游客突破50万人次，极大地丰富了山东的夜游市场。

位于陕西汉中的兴汉胜境则以汉水之源为根，以汉文化之源为魂，建成了“汉文化超级旅游度假区”。其根植于汉中之独有的文化，将汉代风俗留存与历史进行当代时尚的活化，打造出中国首个大型汉文化水上实景演出《天汉传奇》，中国首部汉文化史诗长歌《汉颂》演出，让沉淀下来的文脉粹粹大放异彩。

以品牌为基 探索转型发展新路径

拈花湾文投坚守“传承文化、创造经典”“当代精品、未来遗产”的理念，立足中国创意文化旅游产业领军品牌、中国创意文旅集成服务商的愿景目标，通过对中华优秀传统文化的创造性转化和发展，以品牌、文化创意、管理等为核心输出手段，依托自身对大型文旅项目成熟的创意策划、开发建设、运营管理等全产业链实施能力，致力于中华优秀传统文化的落地表达。

在文旅融合的时代背景下，拈花湾文投实现了在华北、华东、西北、华中、西南、华南等区域的布局，拈花湾文投打造的每一个创意文旅项目都立志成为行业的旅游精品、传统文化的胜地、业界传世的作品、区域的福祉工程、政府开发的产业引擎。

目前，拈花湾文投在全国布局了7-10个“拈花系”项目，已经落地的有南京拈花湾项目和青岛拈花湾项目。南京拈花湾项目致力于打造具有“风雅之魂”的中国文旅小镇新典范；青岛拈花湾项目则将围绕温泉文化主题开发拓展。在这些项目的开发过程中，拈花湾文投秉持匠心，确保做一个项目，成一个精品，富一方百姓。

“文化兴国运兴，文化强民族强”。拈花湾文投将积极响应国家战略部署，充分发挥创意、创新、创造的能力，通过对中华优秀传统文化的演绎，提炼满足现代人内涵文化需求的生活方式，启迪智慧、净化心灵，让传统文化生根发芽，让文化胜境处处开花。拈花湾文投也将深入探索，为现代人量身定制实现“好好生活”的高品质文化旅游产品，助力更多中国城市的产业发展、经济转型和城市升级。