

# 陕旅集团：强化组织领导 彰显国企担当

新冠肺炎疫情暴发以来，陕旅集团认真贯彻落实中央及各级政府的重要指示精神，按照各级党委、政府的有关新冠肺炎疫情防控工作部署，不等不靠、积极行动、冲锋在前，通过一系列有力举措，坚决打赢疫情防控阻击战，在关键时刻体现了陕旅集团作为省级文旅国企的责任与担当。

## 强化组织领导 坚决抗击疫情

面对复杂严峻的疫情防控形势，陕旅集团党委坚决落实“把人民群众生命安全和身体健康放在第一位”的重要指示，于1月26日成立了新冠肺炎疫情防控工作领导小组，集团党委书记、董事长和党委副书记、总经理任组长，其他领导班子成员任副组长，总部各部室负责人为成员，全面展开疫情防控工作，坚决防止疫情扩散蔓延。

陕旅集团全力支持配合各级政府开展新冠肺炎疫情防控工作，确保不缺位、做到位、有作为。本着对游客、职工、旅游景区和社会高度负责的态度，陕旅集团第一时间启动响应，按照上级部署，各旅游景区于1月24日起陆续暂停开放，暂停景区门票、索道、演艺、酒店等经营项目，确保游客和职工生命安全和健康。疫情防控期间，公司管控措施升级加码，坚决做到景区重要节点值守到位、措施防控到位、设施设备维护到位，高效落实，不留死角，努力把疫情影响降到最低程度。

疫情防控期间，面对“十四运”场馆——陕西国际体育之窗项目建设的艰巨任务，陕旅集团下属建设公司第一时间联合项目建设方出台应急预案，发挥党员先锋队带头作用，坚守项目一线，实时、细致掌握项目参加单位员工身体状况，有效保证了该

项目建设按目标节点进行，确保重大项目按期交付使用。

## 增强危机意识 加快转型升级

疫情防控期间，陕旅人坚持停产不停工，在抓好疫情防控的同时，集团和各企业领导班子与广大职工一起积极研判疫情对文旅行业的影响，冷静思考疫情过后文旅行业的新变化、新机遇，构思“后疫情”时代文旅行业的新格局以及陕旅集团应对的策略，大力推动科技化、创新化转型。

面对疫情对文旅行业带来的严重不利影响，陕旅集团通过梳理省市各类支持政策，用好用足，争取体外输血；努力推动线上各类传统企业的联合经营，能够进行线上交易的尽量进行线上交易；对受影响巨大的景区、演艺、酒店、餐饮类企业予以资金支持。同时要求各企业在疫情结束后抓住反弹消费窗口期，大力推进全员营销，最大可能恢复经营。

当前，针对新冠肺炎疫情的发展形势，为适应经济社会发展的新变化，陕旅集团正在推进信息化办公、建设智慧景区、构建线上与线下相结合的旅游模式等细化方案。

持续加大企业创新力度。文旅行业是劳动密集型、基础服务类产业，而转型旅游科技企业的核心是加大创新力度，文旅服务市场更需要创造新的消费热点，抓住新消费机遇，迎接市场反弹，从而构建企业核心竞争力。

通过智慧旅游降低成本。探索采用科技的手段降低人力成本、运营成本和本运营风险，通过线上销售、智能化景区引导等降低成本，降低疫情传播风险；基于“旅游+互联网”的综

合开发理念，加强人工智能和数字化转型，依托科技力量，打造独树一帜的科技旅游产品。疫情防控期间，陕旅集团骏途网推出的“社区免费电子出行证”引起社会强烈反响，注册社区已达150余个。“电子出行证”的助力，不仅使社区、物业方面的防疫工作更高效精准，也使进出人员登记更卫生规范、人性合理。

注重“数字+体验”内容创造。当前文旅线上休闲娱乐还有很大市场空间，“文旅+线上”应该从内容创造、虚拟运营、智能服务、体验互动中探索新思路，创造更多玩法。

快速提升现代化企业管理水平。在突如其来的新冠肺炎疫情下，现代化的企业管理水平不仅能提高企业运行效率，更是一个旅游科技企业所必须具备的条件，因此要努力提高办公数字化、流程精准化、审批快速化、会议视频化水平。

积极促进文旅深度融合。结合“十四运”的举办，同时借助陕旅与陕西的深度融合，陕旅集团将围绕“旅游+体育”，运用互联网思维走深度融合的发展道路，打造符合新时代的“旅游+文化+体育”融合模式，策划更多针对性强、有热点的活动，激活文旅体市场。

## 彰显国企担当 履行社会责任

为贯彻落实陕西省委、省政府疫情防控和实现经济社会发展“双胜利”的目标，陕旅集团自觉承担国企责任，推出“山花工程·后备厢行动-同心抗疫-原产地助农计划”，针对陕西省各地农特产品进行电商帮扶计划，在“陕旅特惠”电商平台免费推出，以促销量。同时针对陕旅集团旗下各子公司发出招募，通过“陕旅特惠”平台

对现有产品进行免费展销。

陕旅集团联合下属投资控股公司、延安公司、体育集团及华清宫、壶口、崆峒山、唐乐官等景区，在做好自身防范工作后，纷纷向当地社区及一线防疫部门捐赠抗“疫”物资。陕旅汽车公司主动与第一批支援疫情定点医院西安交通大学第二附属医院、西安医学院第一附属医院联系，按照医院要求，紧急抽调车辆，为医护人员提供免费的全天候通勤班车服务，日平均运送医务人员200余人次。

为深入贯彻各级政府统筹推进新冠肺炎疫情防控和经济社会发展工作相关会议精神，落实陕西省委、省政府有关分区分级精准防控措施和有序推进复工复产的工作要求，2月24日起，按照陕旅集团疫情防控工作领导小组总体要求，陕旅集团旗下各企业在积极防控疫情的情况下，陆续开始了复工复产、建设项目复工。陕旅集团系统各子公司按照“一企一策”要求制订复工复产方案，提前做好各项非现场前期工作，确保复工复产后第一时间开工，最大限度地节约时间，减轻疫情对景区及项目建设的影响。目前，陕旅集团九大景区中的壶口瀑布景区、少华山景区、华清宫景区等三大景区已恢复开放。陕旅集团将一手抓疫情防控，一手抓复工复产，多措并举，在进一步巩固防控效果的同时，为打赢疫情防控阻击战，实现经济社会发展目标任务贡献坚实力量。

陕旅集团将不断提高政治站位，勇挑重担重任，在做好疫情防控工作的基础上，努力带头实现精准复工复产，同时认真梳理疫情所带来的损失影响，加快转型升级，努力给陕西省委、省政府和陕西省人民交上一份合格的答卷，用成绩迎接美好的春天。（陕旅集团 供稿）

# 青岛文化产业园区(基地)：推出优惠措施 助力企业发展

新冠肺炎疫情暴发以来，青岛市文化和旅游局通过一线防控人员调查、线上填报调查问卷等方式对文旅企业经营情况进行深入调研，强化文化产业有关经济指标调度分析，着力推进制订全市应对疫情、支持文化和旅游企业健康发展政策措施的同时，积极组织和指导全市各文化产业园区、基地和文旅企业严格做好疫情防控工作，推出助力文旅企业发展的优惠措施。据不完全统计，全市7家文化产业园区(基地)推出减免房租、水电费的优惠措施，受益企业449家，减免金额1350余万元。

山东省文化产业示范园区——青岛国际动漫产业园为已签署房屋租赁合同的园区企业减免2020年2月、3月房租，4月、5月房租减半，受益企业101家，减免金额937.69万元。山东省文化产业示范基地——青岛如是文化科技有限公司为缓解园区商户租金压力，承诺减免所有商户两个月租金，使30余家中小企业受益，共节省约150万元的运营成本。同时，所有医护人员凭有效证件到如是书店所有

门店消费均可享受终身8折优惠；以“与人新知，予人温暖”为出发点，组织开展“如何阅读线上课堂”“云讲座”“云展览”等丰富的线上文化活动。山东省文化产业示范基地——青岛创客空间品牌管理有限公司针对经营园区内2月因疫情导致无法复工复产的创客企业，给予一个月免租的扶持政策，减免企业数81家，减免金额87.2万元。山东省文化产业示范基地——青岛蛙声一片创客服务有限公司在疫情防控期间(2月)对其运营的蛙声一片创客社区、潮代沃克空间已签约企业实施租金减免政策，免租面积共1.5万平方米，惠及企业122家，免租金额45万元。青岛新100创意文化产业园区减免已缴房租2020年1月24日至2月9日房租，惠及企业89家，为企业节省成本90余万元。

此外，东方影都融创乐园、潮代·沃克空间、青岛旅游集团、青岛西海岸旅游投资集团有限公司、青岛银海旅游集团有限公司等均积极推出减免房租等优惠措施。（青岛市文化和旅游局 供稿）

# 长春文化国旅：科学预判行动快 修炼内功待机遇

疫情就是命令，防控就是责任。面对疫情，长春文化国际旅行社始终将人民群众利益放在第一位，高度重视，服从大局，积极应对，主动支援，为打赢疫情防控阻击战贡献力量。

## 科学预判 劝退电话打不停

长春文化国际旅行社凭借20多年旅游从业经验，预判到此次新冠肺炎疫情可能会对即将到来的春节旅游产生不利影响，1月22日即对武汉相关线路报名游客进行退团处理，1月23日组织召开疫情防控会议。

1月24日，时值农历除夕，全国上下举家团圆欢度春节。出于对游客生命安全的考虑，长春文化国际旅行社迅速行动，组织公司员工即刻暂停休假，对即将出行的游客进行劝退。

对于游客的不理解，工作人员耐心地解释，苦口婆心地劝导。与此同时，积极和航空公司、旅游目的地接待单位协商，争取把游客的损失降到最低。

那一晚，许多员工家的年夜饭凉了又热，员工的劝退电话让手机热得发烫，经过连续几日的奋战，一共取消了200余个团队，劝退了3000余名游客。事实证明，这次劝退虽然止住了游客出行的步伐，却给了数以千计的家庭最大的安全保障。

## 以爱抗“疫” 同舟共济

虽然旅游行业被按下了“暂停键”，但全社会打响了抗“疫”之战。长春文化国旅充分利用自身的业务资源，在各地购进保障物资，并以最快速度随航班

运回长春，1月30日开始，1万余只口罩等物资陆续运抵长春，公司党员主动承担起物资运输任务，第一时间将物资送到医务、警务、航空、社区工作者等一线防疫工作人员手中。

社区排查是居民家门口的防控墙，长春文化国旅党支部在2月8日元宵节当天发起了“以爱抗疫，同舟共济”爱心募捐特别行动，于是口罩、消毒棉片、手套、酒精等保障物资从四面八方汇集而来，在寒冬里形成了一股爱的暖流；机场边检防疫是进入长春的第一道防线，2月17日，长春文化国旅又将4大箱共2000副医用手套支援给边检防疫一线工作者，尽可能地为他们提供支持。

## 云办公云学习 炼内功待机遇

以积极的心态共渡难关，云办公和云学习成为新风尚。昔日的业务能手变身培训师，基础业务、产品知识、办公技能等网课内容丰富，恢复期产品研讨会、活动策划会等视频会议活跃。

公司凭借前期转型升级的工作基础，加速由“如美之旅”向“如美生活”的品牌升级，推进由“旅行社服务商”向“生活服务商”的服务升级，并面向社会开设“研之旅”家庭教育公益课……长春文化国旅持续为客户提供及时周到的生活类服务，同时为更好地迎接市场恢复期的到来，积极做着各项准备。

旅游人此时的止步，是服从于国家和人民的安危。今天的驻足，是为了明天更好地出发，这是旅游人的大义担当，也是长春文化国旅人的家国情怀。（长春文化国旅 供稿）

# 宋城演艺：积极应对 打好转型升级战

新年伊始，新冠肺炎疫情让国内文旅行业遭受重大打击。宋城演艺发展股份有限公司(以下简称“宋城演艺”)旗下的景区1月24日起全部闭园，并于同日召开了打造宋城演艺王国的动员大会。会议要求公司上下积极应对，旗下各景区要在确保游客安全的同时，加强员工的自身防护意识和措施。同时，杭州宋城景区厉兵秣马，调动一切力量为春季旅游蓄势，打好转型升级战。

2月8日，宋城演艺董事长黄巧灵的一封信《致宋城全体员工和家人的公开信》上写道：“此生，我从未有过一个元宵节是这样度过的，也从没有给自己放过这么长的假期，相信你们和我的感受是一样的。此

时，让我们心静下来，将这段特殊的日子作为此生最难得的陪伴家人的时光，这会让每个人终生难忘！宋城发展到今天离不开宋城全体员工的努力，这也和你们背后家人的支持是分不开的。今天，除了问候之外，我还想表达：不管疫情持续多久，公司不裁员不减薪。待到春暖花开，我们一起创造宋城新的辉煌！”这封公开信让数千名宋城演艺员工吃下了一颗定心丸。而这一重大决策背后，是宋城演艺管理者将压力与责任扛在自己的肩上。

宋城演艺团队曾在17年前经历过“非典”疫情，越是特殊时期越需要公司有成熟的应对和充分的信心。杭州宋城景区快马加鞭进行全

方位提升整改；宋城艺术团总团的创作人员和演员全力投入到30余台演出的创作与排练中；公司各个系统齐发力，以快速、高质、全新的面貌再次展现宋城演艺风采。

此外，杭州宋城演艺王国的全新亮相将会让杭州宋城从“一台剧目、一个公园、一张门票”的模式向多剧目、多种票型组合的演艺平台转型升级，带给游客更好的观感体验。演艺王国的核心在于“演艺”，一方面，能不断充实并优化公司内部资源、丰富演出形态，从演出的主题内容、表演场地、目标受众等方面进行创新性编创，从“以《宋城千古情》为主+外景演出为辅”的单一模式，转变为演艺产品多元化

的模式；另一方面，能充分利用外部资源，通过引进优秀的剧目来增加演艺公园的多样性，使剧种更加丰富，以吸引不同年龄、不同层级的游客。形态各异的演出产品通过合理的时间组合搭配票价体系，满足不同观演人群的需求，带动本地居民和游客的重复消费，进一步促进票务消费。

宋城演艺在全国布局的新项目也将如期与游客见面，西安市、上海市、郑州市、佛山市、西塘镇的项目各具特色，值得期待。同时，强大的品牌形象和业界一流的创作管理人才都将为公司发展保驾护航，为游客提供更多高品质的作品。（宋城演艺 供稿）

# 金龙客车：升级“龙悦”服务 提高抗“疫”战斗力

突如其来的新冠肺炎疫情给交通运输业带来巨大影响。在这场没有硝烟的“战”疫中，金龙客车坚定地与客户站在一起，开展一系列专项行动，以“龙悦”服务成为客户可信赖的坚强保障，为助力打赢“疫”贡献力量。

## 迅速反应 升级“龙悦”服务

今年1月起，金龙客车正式推出以“龙畅行，悦相伴”为核心的“龙悦服务”品牌。新冠肺炎疫情暴发后，金龙客车迅速作出调整，在“龙悦”服务原有“15分钟响应，2小时必达，7×24小时全天候值守”的基础上再细化、再部署。

新冠肺炎疫情暴发后，金龙客车快速高效地开展市场客户和服务站全国摸排工作，摸排全国主要客户430批次车辆共22085辆和全国509家服务站，全面掌握客户及服务部运营情况，为开展疫情防控期间的服务奠定坚实基础。根据疫情发展各阶段特点，金龙客车“龙悦”服务团队及时为客户提供服务指引，新冠肺炎疫情影响初期分别推出《致用户一封信》停放提醒和《金龙客车新型冠状病毒疫情期间服务保障方案》；进入有序复工复产阶段后及时推出《龙悦邀您顺利复工》等推送活动，贴心的服务赢得了用户的点赞。

疫情造成服务站人员停工及物流

受阻，这也极大地增加了车辆服务的难度，金龙“龙悦”服务团队克服众多困难，主动作为，快速行动，为客户保驾护航。2月16日12:00，“龙悦”服务团队接到东营胜利油田中心医院的任务，该院一辆CT医疗车被山东省卫生医疗厅征用，当天下午急需赶赴200公里外的济宁市鲁抗制药采购药品，随后赶往武汉支援抗“疫”。时间就是生命，当时该车辆急需更换配件，金龙服务团队无法进入滨州市区，在特殊时期金龙服务团队跨越三市，驱车200多公里，将配件送达并检修车辆，保障了车辆执行抗击疫情任务。

## 智慧加持 提高抗“疫”战斗力

新冠肺炎疫情防控期间，金龙客车充分利用自主研发的车联网技术“智慧云服务平台”，实时监控每辆车的实时运行状态，为工作人员管理、调配车辆等提供极大便利，以智慧提高抗“疫”战斗力。金龙客车新能源车监控中心全天候工作，监控中心多名服务工程师主动放弃春节假期，承担起24小时到岗在线值守，有力保证了金龙客人在节假日期间运行的联勤保障。

针对客车车辆停放、安全事项和消毒灭菌等工作，金龙客车通过电话、微信等多种途径对客户进行协助

指导，对客户车辆进行实际摸排。发现异常迅速联系一线驾驶员，简化汇报流程和汇报工作量，第一时间解决客户车辆问题，全力保障客户车辆运营。

## 为生命护航 全力保障负压救护车运营

2月14日，首批40辆金龙客车负压救护车搭乘救援特快专列千里驰援武汉，与一线医护人员并肩同行抗击疫情。目前，金龙客车负压救护车已投入湖北武汉、孝感、随州、荆州、宜昌、十堰、黄石、鄂州、黄冈等地医院及急救中心运营。生命重于泰山，金龙客车针对负压救护车制订周密的保障方案，全力以赴确保负压救护车辆的安全可靠运行，为疫情防控提供有力保障，为生命保驾护航。

在接到工信部及福建省委、省政府加急生产救护车的任务时，金龙客车已同步开展服务保障方案的制订，涵盖现场服务、厂内专项保障、医疗专车专项保障等。未雨绸缪，负压救护车发车前，一系列行动已经紧锣密鼓地开展。“受疫情影响，原来在武汉等地的服务人员无法到岗，我们灵活调整，将在湖北的服务人员就地转为当地保障人员。”金龙轻客服务处经理陈刚华说，“另外，为防控疫情我们原先在湖北的维修网点按当地通知关闭，我们及时与政府批准的184家汽修厂和服务站建立联系，结合公司车

辆分布情况，与其中的20多家服务站合作，并第一时间安排了培训，共同保障负压救护车的及时运营。”

当负压救护车分配完毕后，金龙客车服务人员立即与客户、驾驶员、车辆管理人员联系，分组分客户建立微信群，通过视频、一对一解答等远程进行培训操作，培训内容涵盖车辆常规操作、关键负压设备的正确使用、车辆安全维护等。同时主动通过电话等跟进服务需求，24小时在线提供支持。负压救护车使命特殊，处于随时待命状态，收工时已经深夜，为客户和驾驶员等解答与培训交流也常安排在夜深人静时。“为了抗击疫情，一线医护人员不顾身、冲锋在前，我们要做他们坚实的后盾！这是我们的使命，也是我们的光荣！”金龙客车负压救护车现场保障小组组长陈刚表示。

提供24小时服务的同时，金龙客车做好“粮草”保障，在湖北省提前储备常用备件清单首批交付湖北后，后续还将奔赴全国其他地方，除湖北外，金龙客车还将成立福建等地负压车售后服务保障小组，并对全体客户服务人员提前做好培训，随时应对市场负压车服务保障。

龙悦先行，使命必达；抗击疫情，金龙并肩同行。“国车”金龙以实际行动，肩负起社会使命，与客户站在一起，为全力打赢疫情防控阻击战贡献力量。不获全胜决不轻言成功，金龙客车时刻准备着。（戴媛）

# 福州建发国旅：快速退赔团费 稳妥推进复工

自新冠肺炎疫情暴发以来，福州建发国旅坚持抓早抓细抓实，疫情防控工作取得明显成效。

坚决执行退赔规定。福州建发国旅快速行动，妥善处理旅游团的退团工作和已在行程中游客的安全防护保障工作。1月21日，清退湖北省所有旅游团；1月24日，停止营业并对境内外团队进行全面劝退。积极与境内外各类旅游辅助服务者(供应商)进行交涉，办理退团退款，为客户减少损失，实现新冠疫情期间游客零投诉。

加大自身防护力度。春节放假前，建发国旅采购1000个口罩保障返乡员工途中的安全，为在带团一线的导游及游客配备口罩、酒精等防疫物资。加大对员工疫情防护的培训。对

福州市以外返程的员工落实隔离14天的要求，严格落实轮岗上班制度，要求所有员工返岗上下班不得乘坐除班车及自驾车以外的交通工具。

稳妥推进复工安排。2月10日，得到福州市鼓楼区的批复后复工，福建省内员工错峰返程。利用复工后的淡季，做好应收账款清理、产品研发、旅游要素采购、员工培训等各项工作，为市场复苏做好准备。

落实员工相关待遇。积极响应政府号召，疫情期间不裁员。2月份员工工资照常发放。3月份员工工资发放不采用只发福州市最低工资标准的方案，采取按层级调整方案，力求员工利益最大化，确保旅游人才队伍稳定。（福建省文化和旅游厅 供稿）

# 武汉博润通：丰富文化生活 传播科普知识

新冠肺炎疫情暴发后，武汉博润通文化科技股份有限公司积极开展抗“疫”行动。公司党支部在上级党委的领导下，积极组织疫情防控工作，在春节假期前给所有员工配发口罩等必要防护用品；公司第一时间成立了新冠肺炎疫情应急领导小组，建立员工每日健康档案，及时组织学习疫情防护知识，组织员工服从各地政府的安排，做好自我隔离等防疫工作。

在湖北省广播电视台号召下，为进一步丰富湖北人民群众特别是青少年

群体居家防疫的精神文化生活，博润通原创动画系列《木奇灵》《牙牙精灵战队》等IP积极响应，累计捐赠1600余分钟原创动画片的播出版权。此外，在爱奇艺“奇巴布”APP上，《木奇灵3奇灵之心》所有绘本限时免费观看，同时参与爱奇艺“隔离病毒，不隔离爱”活动。

博润通还充分运用原创核心IP“木奇灵”“交男女”“UP喵”等卡通形象，制作正能量海报、表情包以及居家、办公、公共出行相关的漫画、抖音视频等，积极传播科普知识。（武汉博润通 供稿）