

# 文明水城文明游 迁安市文明旅游志愿服务创出新模式

迁安,全国县域经济百强县、国家园林城市,崇德向善、文化厚重、和谐宜居的北方水城,是河北省首批获得“全国文明城市”称号的县级城市,2019年入选河北首批省级全域旅游示范区。目前这个欣欣向荣、活力四射的新兴城市又将目光锁定在了创建国家全域旅游示范区上,并将通过全域旅游统筹经济社会融合发展,引领城市升级、提质增效,为迁安市打造资源型城市转型增添发展新动力。

其中,旅游志愿者队伍的存在,为旅游业发展提供了强大助力,他们用无私奉献精神,利用专业知识和能力,传播文明旅游礼仪,引导践行文明旅游行为,营造文明旅游氛围,创建的“1+2+N”志愿服务模式具有良好示范带动作用和社会推广价值。

## “1”——旅游志愿者的家

迁安市旅游志愿者联合会(以下简称联合会)成立于2017年8月,是由迁安市文明办、团市委、旅游委办共同组建的志愿者组织,也是河北省成立较早的专业旅游志愿者团队。为了能够提供更全面、更专业的服务,招募人群涉及各行各业热爱公益的人士。服务对象为全市涉旅企业和游客,内容涵盖文明旅游引导、旅游咨询、旅游服务质量监督、旅游应急救援及为重大旅游节庆活动提供后勤服务保障等方面。

通过整合旅游服务资源,统筹制订服务目标,成立不同小组,提供针对性专业服务。目前,联合会现有团体会员6家,个人志

愿者898人,分为旅游小志愿者服务队、文明旅游志愿服务队、旅游优质服务提升服务队以及大学生旅游宣传志愿服务队。

## “2”——既是服务员也是宣传员

2017年9月24日,是联合会成立以来的第一次志愿活动,25名优秀的志愿者为第二届迁安国际长城万人徒步大会服务,从此,旅游志愿者的身影开始活跃在迁安旅游的各条战线上。

了解迁安,才能做最好的服务者。组织参观迁安旅游线路推介景点,在认真聆听讲解时,记笔记并自觉拍照积攒素材,深入了解迁安本土文化,掌握特色旅游资源,因为志愿者既是服务者也是宣传员。

团结一致,才能发挥最大的作用。志愿者各有专长,但需分工协作,个人意志须服从集体利益。通过参加万宝沟军事乐园的集训活动以及各种活动的磨合,增强志愿者间的相互信任和团队的凝聚力。

## “N”——每一位志愿者都是一道靓丽风景线

2018年1月6日—2月4日,迁安举办了首届冰雪文化节,共计139名志愿者提供了400人次的志愿服务。这次活动对联合会来说具有里程碑式的意义,联合会既实现了对迁安涉旅企业的服务支援,同时志愿者人数也飞速发展,旅游志愿者们更是在活动中积累了大量的活动经验和数据。

5月19日,在“中国旅游日”这个特别的日子里,小志愿者旅游服务队成立了。志愿

者张连旭,今年刚刚满10岁,是在和家人旅游时看到志愿者们义务为他们服务后申请报名的。她说:“从小妈妈就给我讲雷锋叔叔的故事,现在我终于有机会在学习之余,为大家和家乡迁安做一些力所能及的事情,感到特别自豪!”

之后的中国迁安国际山地越野马拉松赛,152名志愿者齐心协力为大赛提供了发放服装、包裹寄存、起终点拉线、奖牌颁发、暖心岗亭等志愿服务,为前来参加活动的选手和游客提供了专业的服务,展示了良好的文明旅游志愿者形象,为赛事的顺利举行作出了重要贡献。

在疫情好转后的“五一”假期里,为了确保旅游安全,协助景区做好疫情防控工作,联合会安排专人负责入园扫码、实名登记、线上预约等工作,同时分发文明安全旅游倡议书,引导分流。

旅游志愿者联合会会长于海洋是个“80后”,他说:“身为迁安人,就想为家乡做点实实在在的事儿,既然做了,就要做好做出成绩,而且要坚持不懈!虽然中间遇到过很多困难,但我和队友们从来都没想过放弃,因为协会成立的初心不能忘,就是为迁安旅游业添砖加瓦。”

截至目前,联合会已累计为涉旅企业、各类赛事及重大旅游节庆活动提供了上万人次的志愿服务,旅游志愿者已经成为迁安旅游的文明风景线。

(高越 王永欣)



# 迁安:大力推广“四个一”工作法 提升农民素质 助力旅游富民

“产业兴旺、生态宜居、乡风文明、治理有效、生活富裕”是党的十九大报告提出的实施乡村振兴战略的总要求。在这一方针指引下,迁安市政府在实施乡村振兴战略中,把提升农民整体素质作为一项重要举措,自2017年以来,与明长城发展(迁安)有限公司、香港嘉里集团郭氏基金会合作,在长城沿线7个村实施村民素质培养项目,创新推行“四个一”工作法,取得旅游富民显著成效,为乡村全面振兴和可持续发展打好基础保障。

## 一组精准切入点——筛选爱心带头人

以培育爱农村、懂农业、善经营、会管理的产业带头人为目标,结合产业、教育、卫生、安全4个切入点,严格按照嘉里基金相关标准,挑选有爱心、责任心、积极性较高的知情人,进行规范、公德、思维素质及能力提升,为可持续发展积蓄主导力量,提供人才支撑。

## 一项分层级培训——提升技能与素质

一是对爱心带头人开展一级培训。在教育、卫生、安全方面采用参与式培训,引导爱心带头人针对培训内容制作思维导图,进行课堂内容试讲,激发自身内生动力。在产业方面,聘请专业老师现场指导,开展农产品培管、嫁接管理、深加工、无公害种植、销售能力等方面技术培训。今年,通过组织河口村、白道子两村爱心带头人前往昌黎葡萄小镇考察,不仅提升了村民葡萄管理技术能力,更是让村民在葡萄小镇的氛围中感受到了综合素质提升的魅力,为发展乡村旅游打下良好基础。二是爱心带头人回到村里开展二级培训,用身边的案例、熟悉的语言,给村民讲解一级培训中体会到的需要提升的素质内容,不仅让受训村民有亲切感,更是为爱心带头人思维、能力的提升提供了实践锻炼的机会,同时带动周边更多的村民参与到素质提升平台中来。通过爱心带头人自发影响、组建、壮大爱心团队,建设规范、守公德、机会分配公平的和谐小康社会。

## 一个爱心合作社——助力素质提升

受传统意识的影响,多数村民对产业发展的思想比较保守,习惯于单打独斗,不愿意和他人交流、分享产业经验。2018年,在迁安市旅游、农业等部门指导下,明长城发展(迁安)有限公司帮助河口村爱心带头人组建了“迁安套城核桃种植专业合作社”,为河口村村民搭建了一个素质及能力培养的平台。通过成立合作社,开展素质提升培训,村民逐步认识到互相学习经验、合理分工合作、共同抵御市场风险的重要性。通过合作社有规范、公德地生产无公害农产品及统一的销售模式,很大程度上提升了村民的综合素质。



## 一套可复制模式——内化规范与公德意识

在加强爱心带头人基础素质培养认知、认同的基础上,注重规范与公德意识内化。在明长城发展(迁安)有限公司资助的基础上,河口村口的合作社整合了9户爱心带头人10%的资金,购置了核桃脱皮清洗机;爱心带头人吴勤政主动把自己家的房子拿出来无偿作为合作社核桃脱皮加工的场地使用;爱心带头人带动周边村民在核桃脱皮过程中只使用山泉水进行脱皮,不添加任何化学药剂。爱心带头人吴金政表示,他在市场上卖的脱皮核桃,虽然个头不大,但绝对没有使用任何化学药剂。对村民公德规范的培养,更是生态旅游产业发展的基础,2019年初,在各方共同努力下,河口村和白道子两村村民的积极性越来越高。

在迁安市政府的大力支持下,在长城北部的4个乡镇7个村进行村民素质培养模式复制推广,每个镇乡选定了执行主任,负责所有复制工作的组织、执行和资源配置,帮助村民提升素质能力,更好地带动长城北部4个片区内的旅游业发展。目前,在巩固河口村和白道子村规范种植无公害葡萄的同时,引导徐河口村(复制村)的爱心带头人开展桃树无公害种植,培养示范户的规范公德思维素质。在爱心示范户掌握桃树无公害种植技术的同时,引导示范户成立农民合作社。今后,还将对7个村的农家乐从业人员或计划从业人员进行培养,培养他们的规范、公德意识;再通过受训人员作为带头人,将经验和学习成果分享给村内其他农家乐从业人员,形成村内的农家乐行业准则和守则,共同遵守,并通过服务将规范、公德的价值观传递给农家乐消费者,实现更深远的影响。

对村民公德、规范意识的培养,是生态旅游产业发展的基础,此举提升了村民素质,使村庄成为宜居、宜业、生产、生活、生态于一体的爱心村,让农村每个角落都文明祥和,给游客留下深刻美好的印象;更提升了村民生活的幸福感,实现真正意义上的乡村振兴。

(高越 王永欣)



## 为文旅复苏按下加速键 南京汤山促进“新消费”

今年4月,南京市召开战疫情扩内需稳增长“四新”行动动员发布会,力争最大限度降低疫情影响,奋力完成今年经济社会发展目标任务。南京汤山积极响应落实“四新”行动,以文旅“新消费”为着力点,为文旅市场复苏按下加速键。

## 新“玩法”助市场回暖

趁着这个“五一”假期,在做好疫情防控工作的同时,汤山温泉旅游度假区内各企业纷纷出“奇招”,试水文旅“新消费”,助力市场回暖。

节前,汤山温泉旅游度假区立足自身文旅资源,推出了“亲子畅玩,全家人都能拥有的快乐”“深度游,每一个都是爆款打卡点”“距离市中心30min车程,放肆深呼吸”等一日游主题线路,引导游客跟着主题游汤山。

吸引亲子家庭,延长消费链条,免费开放的汤山矿坑公园设置了热气球、皮划艇、汉服租赁等体验项目,并推出“小汤圆!一起与泡泡种子互动吧”泡泡秀表演、“手工制造劳动节”七彩矿石”亲子研学课程等活动,为游客提供多种休闲娱乐选择;汤山国家地质公园博物馆推出了“小小地质家”研学活动,邀请家长与孩子一同寻找古生物化石;而汤山紫清湖旅游区全

新开放的熊猫馆则成了汤山旅游打卡点,馆内10只憨态可掬的大熊猫成为汤山旅游明星,吸引着一批又一批的“粉丝”前来观赏。

点亮汤山夜游经济,“五一”期间,汤山矿坑公园星空餐厅正式开放。全新开放的星空餐厅采用了后现代工业风设计,餐厅二楼是星空餐厅的命名由来——全开放式观景台,360°无遮挡的视野,游客在这里可以享用一个浪漫的星空晚餐。汤山温泉旅游度假区金乌温泉公园节日期间每晚准时上演的水幕电影,让月光下的汤山热闹依旧。

## 新思路助消费升级

据统计,“五一”期间,汤山温泉旅游度假区接待游客6.7万人次,旅游综合收入达2659万元,其中门票收入仅占总收入的5%,汤山旅游正逐渐回暖的同时,文旅“新消费”也在释放能量。

江苏汤山国旅副总经理赖炜认为,“新消费”是在原有的消费基础上、模式上进行升级,“场景化购物体验”“沉浸式娱乐体验”“数字化游玩服务”则成为满足当前游客需求的关键,这也督促着从业者寻找发展的新思路。于是,在“五一”节前举办的“新时代、新

消费,来江宁织造幸福”乡村旅游推介暖场活动中,汤山国旅不仅推介了线路,还推介了“四季汤山”线上平台,展出了汤山特色农副产品、文创产品,“将产业链上的物品进行全面展示,吸引游客消费。”据赖炜透露,疫情防控期间汤山国旅对所运营的矿坑公园、金乌温泉公园产品进行了优化升级,坚持每周做研学活动,并对文创产品进行迭代升级,通过全布局产业,实现文化、体育、旅游、娱乐、商业等多业态贯通,以丰富的体验刺激消费。为迎合线上消费需求,节日期间汤山国旅还积极开展网络直播互动,为汤山文旅聚集网络人气。

助力消费升级,汤山文旅企业也在积极拓展营销思路。汤山乐泊民宿负责人高飞告诉笔者,为了摆脱因疫情导致的经营压力,他们将原本作为民宿特色配套服务的火锅料理推上市场,“做了4000份乐泊火锅底料,疫情期间一天最多能卖出300份,客人的复购率很高,堂食开放后不少客人专门冲着吃火锅来乐泊民宿,现在我们的火锅营业额已经超过了住宿营业额”。

为进一步引导消费,5月11日,汤山温泉旅游度假区面向全国消费者发放总计1000万元的文旅消费券,消费券涵盖了餐饮、民宿、温泉、文创等多品类,游客凭消费券在汤山温泉旅游度假区相关景区、民宿、商户消费即可直接抵扣。

## 新项目助文旅休闲常态化

南京汤山,因温泉而闻名。2007年,汤山温泉旅游度假区正式启动建设,近年来汤山更是立足优势,积极探索“温泉+”融合发展模式,金乌温泉公园、矿坑公园、紫清湖旅游综合体、汤山国际沙排体育公园等一个个项目建设运营,汤山文旅的业态不断丰富。有意思的是,无论是在汤家家温泉村公共温泉池泡脚、去金乌温泉公园看一场水幕电影,还是去乐泊民宿吃一次火锅、在矿坑公园嬉闹,这些文旅休闲体验既是游客有关汤山的旅游记忆,更是当地居民的生活日常,“主客共享”的文旅休闲早已成为汤山生活的一部分。

当前,围绕打造南京紫东江宁片区“文旅之城”这一导向,汤山还在不断升级。据悉,今年夏天全球首部裸眼3D崖壁电影将在矿坑公园上映;落户于汤山的江苏园博园将于今年底竣工,正式开放后游客在这里可以欣赏到“未来花园”“再生花园”“空中花园”等全新景点;南京汤山新媒体数字产业园将通过打造网红公寓、新媒体公共服务平台、新媒体孵化服务平台、社群电商连锁总部4个维度,全新的新媒体产业生态圈逐渐成形……文旅新项目为汤山引领文旅“新消费”埋下了伏笔,助汤山文旅蓄势再出发。(赵欣 汪清 袁婷婷)

# “铁路12306”平台预约景区门票 助力“五一”安全出游

“五一”假期,“铁路12306”平台与焦作云台山、开封清明上河园、洛阳龙门石窟、郑州建业电影小镇、黄山市文化和旅游局等展开深度合作,提供一系列便利化、信息化的配套服务,满足旅游业的高质量发展需要。

“五一”前夕,中宣部和文化和旅游部专门召开的2020年“五一”假期旅游景区开放管理工作电视电话会议强调,坚持客流管控,加强景区入口、重要游览点等重点区域和重要节点管理,严防人员瞬间聚集;要推动实施预约制度,引导游客间隔入园,错峰旅游。

事实上,随着国内疫情防控形势持续向好,旅游行业积极推进有序复工复产。尤其今年“五一”假期5天连休,对旅游行业既是机遇,也是挑战。

机遇在于,在疫情平稳期,5天连休能够刺激停摆近4个月的出游需求,各地会迎来疫情后期第一波出游高峰,有利于旅游行业复苏。

挑战在于,国外疫情形势严峻,导致所有出游需求都集中在国内,景区人流压力剧增;且疫情虽然被控制,但对于过于密集的人流,也同样存在聚集感染的风险。

“铁路12306”平台作为中国铁路推出的官方手机购票应用软件,近年来一直密切对接相关政策的落地化,并提供基于自身铁路出行属性的技术辅助。基于旅游行业在“五一”假期遇到的问题,“铁路12306”平台积极通过技术解决旅游行业困境。利用自身平台优势,协助各地文化和旅游部门及景区积极引流,同时,精准针对即将到达人群,通过智慧旅游平台预约、限流,并引导超过承载限制的游客到其他景区。

“铁路12306”平台旅游板块相关负责人介绍,由于铁路出行有提前性,即消费者习惯提前3天—7天安排自己的行程,所以当消费者在12306订票页面进行目的地选择后,程序会根据选定的目的地自动切换展示内容,即轮播器的图片与下面的文字链接都会对应更改。在疫情防控期间,一方面有旅游行业复工复产的需求,另一方面也要对到达的人流数量做管控,这个功能就可以达成引流与管控之间的平衡。

从宏观政策层面来看,景区门票预约制度一直是被鼓励的发展方向。2019年8月,

国务院印发的《关于进一步激发文化和旅游消费潜力的意见》强调,推进“互联网+旅游”,强化智慧景区建设,推广景区门票预约制度,合理确定并严格执行最高日接待游客人数规模。到2022年,5A级国有景区全面实行门票预约制度。

显而易见,门票预约制度要想全面推行开来,就必须依托强大的线上功能以及各相关大平台的“合力”。

事实上,以门票为切口接近景区以及旅游业,在疫情下正被寄予厚望。综合考虑国内国际形势,一段时间内,出入境游市场都会受影响。当前,重视以景区门票为切口的近郊游、本地游、周边游、省内游等,对于缓解旅游企业的现金流意义较大,而且有利于构建一个“门票+”的发展版图。

中国社科院财经战略研究院副院长夏杰长认为,利用“互联网+”的模式来提升景区的信息化水平、全方位优化景区的经营管理能力,进一步破解外出旅游便利度发展的难题,相关企业大有可为,特别是在移动互联网普及度非常高的情况下,

