

品牌故事

西旅：扎根本土擦亮高原明珠

□ 本报记者 李志刚

西藏有壮美的雪峰、迷人的圣湖、独特的民族风情，一直令世界各地游客心生向往。近日，文化和旅游部办公厅公告，确定雅鲁藏布大峡谷景区晋升为5A级景区，西藏旅游再添一张“金名片”。

雅鲁藏布大峡谷景区的运营方为西藏旅游股份有限公司（以下简称“西旅”）。该公司诞生于20世纪90年代，是西藏本土第一家上市公司，旗下雅鲁藏布大峡谷景区、苯日神山景区、鲁朗花海牧场景区、巴松措景区、阿里神山圣湖景区等，犹如一颗颗高原明珠，令游客念念不忘。

作为西藏本土旅游品牌，西旅扎根雪域高原，注重发挥好旅游作为先导产业在促进各民族交流交往交融中的作用，注重让西藏百姓直接或间接分享西旅发展的红利。

扎根本土成长 精心培育品牌

1996年1月，根据西藏自治区人民政府藏政复（1996）第1号文，西藏圣地股份有限公司以社会募集方式设立。同年，经上海证券交易所同意，西藏圣地股份有限公司股票于10月15日在上海证券交易所挂牌交易。

在经过十余年的经营发展和改革后，2007年4月24日，西藏圣地股份有限公司变更为西藏旅游股份有限公司。2018年7月8日，新奥控股投资有限公司通过收购西藏旅游股份有限公司股份，成为西藏旅游股份有限公司的控股股东。

对于西旅来说，2018年是公司发展历程的分水岭。这一年，新奥入主，大量资金投入、更多人才加入。2019年，西旅在股市上成功“摘星脱帽”，实现了扭亏为盈，营业收入创7年来历史新高。

达珍，西旅的老员工，从“西藏圣地股份有限公司”到“西藏旅游股份有限公司”，她是见证者之一。“10年来，我从景区服务岗位做到公司管理岗位，见证了公司发展，可以说，现在的西旅正在走向她的黄金时期。”达珍说。

我国十三五期间新增201处国家湿地公园

本报讯（记者 张致）记者从国家林业和草原局获悉，“十三五”期间，我国统筹推进湿地保护与修复，新增湿地面积300多万亩。其中，新增国际重要湿地15处、国家重要湿地29处、国家湿地公园201处，国家湿地公园总数达899处。

“十三五”期间，我国湿地保护和退化湿地恢复的面积不断扩大，湿地生态系统功能得到有效恢复。其中，四川邛海湿地加大恢复工程建设，使



雅鲁藏布大峡谷景区的壮丽景色。西藏旅游股份有限公司 供图

“十三五”期间，文化和旅游部扎实开展文化和旅游援藏工作，取得良好成效。在旅游援藏方面，人才项目实施、基础设施建设、规划编制指导、旅游宣传推广等为西藏旅游业发展提供了很多支持和帮助，很多西藏旅游企业从中受益，西旅也是其中之一。

带动地方发展 百姓共享红利

西旅的官网上，鲜明地宣示了企业经营理念：创造体验，传播西藏，立足西藏本土，响应政府发展支柱产业、特色经济、促进农牧民收入的号召……作为西藏本土企业，西旅生长于雪域高原沃土之上，与西藏经济发展休戚与共。

据了解，截至2019年末，西旅的西藏本地员工421人，占在职员工总数的70%以上；景区一线员工中，原住民占60%至85%。每次招聘，西旅会以优于同行业薪酬标准的条件，招收大量西藏生源大学毕业生；巴松措景区、苯日景区还吸收了很多残疾人员就业。今年因疫情导致景区运营困难，西旅依然做到了不减员、不降薪，有效提振了员工士气。

在过去的两年多时间里，西旅吸纳建档立卡户就业60余人。针对本地

自主开办家庭旅馆、餐厅的贫困家庭也给予了一定物资支持和技术指导。

景区建设过程中，西旅尽量就地用工，为本地老百姓增收提供更多机会。阿里神山景区成立了牦牛驮运队和专业合作社，带动就业1100余人，村民每年增收800万元以上。此外，西旅还搭建景区创意集镇和在线销售平台，为农牧民的特色农产品、文创衍生品销售提供渠道。2018年、2019年，西旅分别发放惠民基金515.31万元、520.42万元，有效助力当地脱贫致富。

“我家就住在雅鲁藏布大峡谷附近的村里，景区发展起来以后，我就在景区上班，公司包吃、包住，还有五险一金，每个月能够拿到5000元左右的工资，我现在工作很有干劲。”雅鲁藏布大峡谷景区餐厅服务员措姆说。

保持品牌质量 维护品牌形象

多年来，西旅对旗下景区进行了长期、持续性的建设。这些景区的开发，短的有五六十年，长的有几十年，修通公路、打好基础，修建观光平台、游客接待中心、旅游度假酒店……西旅着眼长远，以匠心打造精心塑造西旅品牌。

值得关注的是，西藏自治区林芝

市雅鲁藏布大峡谷旅游景区日前已通过文化和旅游部组织的综合评定，被确定为国家5A级旅游景区。雅鲁藏布大峡谷景区相关负责人介绍，跻身国家级5A景区行列，不仅对景区的发展有着重要的推动作用，对于西旅品牌也意义重大。

常态化疫情防控背景下，西藏自治区党委、政府积极统筹推进疫情防控和经济社会发展，成效明显。西旅也得以迅速恢复发展。广东游客胡女士近日到林芝巴松措体验了帆船游，她对记者说，在巴松措这样的湖面上泛舟旅行，实在是非惬意，特别是远处的雪山与湛蓝的湖水交相辉映，太美了。

西藏旅游股份有限公司总裁胡锋表示，西藏是“世界上最后一块净土”，西旅一直在为打造世界旅游目的地而努力。多年来，西旅立足林芝、阿里等地区，持续参与当地基础设施建设和5A级景区建设；创新经营模式，推出民俗林卡、热气球、星空营地等时尚与本土相结合的体验项目，促进当地群众就业，推动当地经济增长，带动区域整体发展。下一步，西旅还将通过设立专项教育基金、资金扶持等形式帮助当地群众实现致富。

苏北景区深耕亲子游内容

本报讯（许谦）近日，江苏省首届亲子游品牌化发展论坛在淮安举办，围绕苏北景区亲子游品牌化发展、景区营销与品牌创新等议题展开讨论。

淮安龙宫大白鲸世界、淮安西游记乐园、泗洪洪泽湖湿地景区等苏北景区营销联盟成员代表围绕亲子、研学进行宣传推介。苏北不仅拥有徐州云龙湖、连云港花果山、宿迁三台山、淮安西游记文化体验馆等省内知名旅游景点，还汇聚了绿色生态、蓝色沿海、

运河文化、欢乐亲子等内容，为推进亲子游、研学季提供了坚实基础。

据了解，会上同步启动的优漫卡通卫视《童游记》栏目于12月25日首播，由主持人带领小嘉宾每期前往不同的亲子游优选目的地，打卡最美景区、种草网红景区，为观众带来亲子出游攻略。首播景区、淮安龙宫大白鲸世界相关负责人介绍，该景区近年来持续推出海洋夜宿、研学课堂进校园等活动打造亲子游品牌。

新疆：冷冰雪“热情”待客

□ 王思超

从“人类滑雪起源地”新疆阿勒泰地区的将军山滑雪场，到南疆最大的滑雪场乌什县泉域星空国际滑雪场·四季度假区，到西北最大的乌鲁木齐丝绸之路国际度假区……入冬以来，从南疆至北疆，从新疆的东大门到南疆的最西部，各大滑雪场进入旺季，各景区也纷纷打出冬季特色品牌，让“冷”资源变成旅游的“热”产品。

打造“冰雪+体育”产品

“我第一次来新疆，没想到既可以感受民俗风情，欣赏阿勒泰山美景，还体验到了滑雪的乐趣，真不虚此行。”近日，来自广东的华光谊在可可托海国际滑雪场体验滑雪后，发出这样的感慨。

和华光谊一样，当天体验滑雪的其他117名广东游客，莫不为新疆的冰雪景观感到震撼。从10月1日开滑以来，每天都有来自祖国各地的游客，感受可可托海国际滑雪场的冰雪魅力。据该滑雪场总经理田德国介绍，滑雪场将加大与乌鲁木齐、阿勒泰、克拉玛依等地的旅行社合作，吸引更多的游客到可可托海国际滑雪场体验滑雪。

相对于观赏冰雪，“冰雪+体育”更受关注。据介绍，目前已有5支国家队集训队在可可托海驻训，全力备战冬奥项目。

目前，将军山滑雪场为阿勒泰市中小学设置了滑雪、骑马等户外课程，并作为学生的必修课，已接待上万名学生。“我们响应国家提出‘三亿人上冰雪’以及阿勒泰地委、行署的号召，将中小学的骑马、滑雪课程引入滑雪场，尽我们的社会责任培养一批骑马、滑雪人才，在增强学生体质的同时进一步夯实滑雪产业的基础。”将军山滑雪场企划部经理陈阳说。

据了解，在今年1月国家体育总局公布的“全民冰雪公开课承办单位公示名录”上，除了可可托海国际滑雪场、将军山滑雪场外，新疆乌鲁木齐丝绸之路国际度假区、乌什县泉域星空国际滑雪场·四季度假区以及乌鲁木齐米东区居西苑冰雪乐园、越野滑雪培训基地等滑雪场也将推出“冰雪+体育”公开课。

产业链进一步延长

近日，乌鲁木齐丝绸之路国际度假区在原有滑雪项目的基础上，新增了酒店住宿、餐饮、汤泉、缆车冰雪观光等项目，游客可以根据自己的需求购买多种类型的冰雪游套票。值得一提的是，度假区还引入丝路汤泉和美食，打造“滑雪+温泉+美食”特色产品。

“通过打造特色产品，不仅可以满足滑雪爱好者需求，也能让其他游客找到适合自己的玩法，欢迎国内外专业及滑雪爱好者与游客前来游

玩，体验在海拔2700米高山滑雪道上飞驰的感觉。”丝绸之路国际度假区副总经理黄河说，丝绸之路国际度假区带动了从市区至滑雪场沿途的民宿、农家乐、特色小吃街的发展以及超过上千户土特产经营户的营收增长，使得冬季旅游形成了一条完整的产业链，冬季体验内容越来越多。

南疆最大的滑雪场乌什县泉域星空国际滑雪场·四季度假区，冬季是一座滑雪场，夏季又能“变身”游乐园。目前已建成国家标准雪道6条，以及冰雪大世界戏雪游戏区、雪地摩托体验区、极地海洋动物展区等。

据该度假区负责人介绍，游客在这里可以参与的项目包括卡丁车、碰碰车、网红桥、水滑道、皮划艇、四季滑雪道、滑雪圈、保龄球、蹦床、滑冰场等。今后将打造多功能滑雪区、综合性戏水区以及室内四季滑雪场馆等项目。

据统计，今年该度假区共接待游客近50万人次，为乌什县带来旅游收入达1.5亿余元，冬季旅游已显成效。

营销方式多样

为推进冬季旅游，新疆各地推出一系列冬季旅游奖励措施。其中，阿勒泰地区文化体育广播电视和旅游局从9月底开始赴内地30余座客源城市促销。据介绍，旅行社以包机形式组织阿勒泰旅游，将获得数量不等的奖金。

喀纳斯景区管委党委委员、副主任许建斌说：“喀纳斯景区在近年来开展常态化、定制化赛马、姑娘追、刁羊、射箭、古老毛皮滑雪等民俗活动，推出徒步、骑马、雪地摩托、马拉爬犁等多种特色游览方式，打造图瓦民俗生活馆、禾木百年老屋等特色民宿，成立扎拉特原生态乐队、禾木马踏乐队，在冬季也可以根据需求进行经营，让游客在冬季能感受到浓郁的民俗文化魅力。”

今年是那拉提景区开放的第3个冬季，宣传重点是“民俗风情+特色美食+冬季项目”。“那拉提不仅推出了冰雪体验项目，还有熏马肠、熏马肉、纳仁饭等特色美食和哈萨克黑走马、阿肯弹唱经典歌舞。另外，距离景区不远处就是哈姆斯特滑雪场。”那拉提景区营销中心主任车华说。

此外，天山天池景区与五江温泉度假酒店、五彩湾古海温泉以及冰湖酒庄合作，推出“温泉+酒庄”，还将进一步打造天山天池国际滑雪场项目，打造“摄影+滑雪+酒庄+温泉”，在合适的时候推出冰雪风情节、哈萨克族风情的大锅羊肉节等一系列冬季旅游活动。

新疆维吾尔自治区文化和旅游厅负责人表示，今冬明春，新疆将推出冰雕、冰灯展、会展、冬捕、滑雪、滑冰、冬泳、冰雪马拉松等一系列文化体育旅游活动，让运动更添乐趣和吸引力。

湖北襄阳：旅游标准化引领高质量发展

12月19日，天气晴好。在“与爱同行 惠游湖北”活动的推动下，有着2800多年传奇色彩的历史文化名城——湖北襄阳又迎来多个外省旅游团队。游客在领略襄阳厚重的人文历史和生态美景的同时，也纷纷为襄阳的旅游环境、服务品质点赞。自2018年2月成为第四批全国旅游标准化试点城市以来，襄阳市始终紧盯创建目标，一步一步推进，一点一滴改变，最终汇聚成喜人成果。

顶层谋划 凝聚创建合力

2018年4月20日，襄阳召开全市旅游发展大会暨创建全国旅游标准化示范城市动员大会，吹响了创建的“集结号”。湖北省委常委、襄阳市委书记李乐成在会上提出“全市上下要突出旅游项目支撑，创新旅游发展理念，凝心聚力狠抓创建工作，高质量推进襄阳全域旅游大发展”。

襄阳市政府下发《襄阳市创建全国旅游标准化试点城市实施方案》，成立襄阳市旅游标准化建设工作领导小组，由市长担任领导小组组长，市委宣传部长、分管副市长担任领导小组副组长，成员包括各县（市、区）人民政府、开发区管委会和市直相关部门主要领导，形成了一级抓一级、层层抓落实的工作格局。

2018年以来，襄阳市财政直接投入创建工作经费1200万元，间接投入经

费100多万元，加大对公共服务设施的改造力度。除文化和旅游部门外，市住建、交通等10多个部门均制订了倾斜扶持政策，持续对创建工作给予人力物力财力倾斜。

“襄阳这12家企业请加快创建进度”，这是2019年6月发表在湖北多家主流媒体上的一篇文章。文章曝光了襄阳12家标准实施率低于50%的创建试点企业，“喊话”他们加快速度。为有力推进创建工作，襄阳市建立了全市大督导师制。创标办定期督查各部门、各单位创建进度，实时通报督查结果，公示进度排名。对抓创建成效明显的单位的工作情况进行总结，推广工作经验；对工作进展缓慢、落实不力的进行曝光，责令整改。

襄阳市文化和旅游局局长、创标办主任郑玉清表示，“全国旅游标准化示范单位是襄阳市要努力争取的一张‘国牌’，是市委、市政府的中心工作，重要性不言而喻。但这项工作协调面广、工作难度大，刚开始感觉压力很大。”但压力也是动力，在理出工作头绪后，她带着创标办的人一遍遍跑“四大家”和相关部门，请求支持。针对一个一个问题进行攻关，对企业“手把手教”，慢慢地困难一点一点被解决。特别是机构改革后，赋予文化和旅游局更多协调职能，形成了“综合产业综合抓”的工作机制和强大合力，创标工作得以大步向前推进。

试点带动 助推品质提升

创标是否有成效，关键还是看试点单位。襄阳市从全市19个业态中甄选出65家试点企业，并对他们的标准化试点工作进行“一对一”辅导。

襄阳唐城景区是襄阳标准化创建试点单位之一。两年多来，唐城景区建立了标准化工作督查制度，建立健全210项标准，细化运营流程115项，管理和服务水平显著提升。景区落实有关实景演出的国家标准，精心打磨的实景演艺项目《盛世唐城之大唐倚梦》被评为“2019年度湖北省最佳口碑旅游演出”，该景区荣获“2018年度襄阳最受欢迎旅游景区”。景区负责人介绍，以前每到节假日，由于游客太多，景区必须投入100多人进行核心区域的指引和安保服务，为了维持现场秩序，一些工作人员嗓子都喊哑了。自从开展旅游标准化试点后，景区制订和实施了企业标准《景区夜游公共信息导向系统设置规范》，配备了夜光指示牌、导引系统，指示清晰、明确，提高了工作效率，提升了游客的游览体验。景区在游客高峰期投入指引和安保服务人员也减少到了60多人。今年8月7日，湖北开展“与爱同行 惠游湖北”活动，唐城景区积极响应，从8月8日开始免门票开放，截至11月初，景区已接待游客百万人次，成为湖北最热门的景区之一。

今年年初，襄阳唐城中景区被确定

为国家5A级旅游景区。在创建过程中，古隆中景区制订了各岗位100种标准制度，建成目前湖北省A级景区中规模最大、功能最全的游客中心，新增各类旅游标识牌2000多块，新建改建3A级旅游厕所12座，打造花海景观近百亩50多个品种，提升文化景观廊道9条，停车场车位2690个，配备车辆修理、充电设备，实现景区WIFI全覆盖，提供“智慧小诸葛”伴游服务等，让游客体验更美好。

作为襄阳的本土企业，襄阳吉阳酒店管理有限公司成立23年，拥有4家大型餐饮企业。成为创标试点单位后，酒店全面推行4D管理标准，即整理到位、责任到位、培训到位、执行到位。在酒店后厨，所有制度和操作流程全部上墙，设置专门区域按编号摆放水杯，厨房用具统一悬挂在墙上的特定区域。在标准化创建中，吉阳酒店建立了明确的工作质量评价标准和全程可控的酒店服务程序，酒店的效益大幅提升，员工的归属感和专业技能也得到了提高。2019年，酒店获得了“金盘级餐饮企业”的荣誉。酒店负责人表示，“对于想走品牌化、集团化、连锁化的企业来说，标准化就是‘宝典’，照着做，品质就会上去，效益就会出来。”

襄阳市保康县横冲滑雪场是一个新建景区，景区投资者旗下另一家景区保康五道峡此前已经成为试点单位，通过开展标准化创建，管理水平跃升，景

区面貌大为改观。看到创标的成效后，景区投资人热切申请将横冲滑雪场也纳入试点单位范围。该景区创标办主任郝传勇表示，开展标准化试点工作后，景区建设和管理工作都按照标准化要求推进，避免了走弯路，使景区从一开始就步入了规范化和高效率的发展模式。

据统计，在旅游标准化创建中，襄阳市的65家试点企业有57家提高了经济效益，其中大部分还获得了省级以上各种荣誉和奖牌，实现了品质化、品牌化发展。

全域发展 开创“大旅游”格局

“按照‘全景式打造、全产业链融合、全季节体验、全方位服务、全社会参与’的要求，积极推进襄阳全域旅游大发展”，这是襄阳旅游发展大会暨创建全国旅游标准化示范城市动员大会定下的目标。如今，通过旅游标准化创建，襄阳全域旅游发展大局正加速形成。

在创标过程中，襄阳市的公共服务设施和产业发展都得到了全面提升。襄阳市大力实施文化旅游公共服务配套设施建设，景区新增双语标识牌700多块，改扩建厕所100座，建成并运营了火车站、汽车站、机场等3个旅游集散中心和4个旅游咨询站，“智慧旅游”一期项目上线运营。大力实施“旅游+”战略，将红色旅游、乡村旅游、体育旅游、研学旅行等行业业态融入全市旅游

划；2018年新增10个市级休闲农业与乡村旅游示范点，提升了乡村旅游发展水平；举办襄阳马拉松赛、中国大学生方程式汽车系列赛和诸葛亮文化旅游节三大活动，塑造了城市品牌，提升了城市影响力。

通过开展创建工作，襄阳市把旅游各要素中的代表性企业均纳入标准化工作范围，交通方面，纳入了旅游车辆运输企业；旅游餐饮方面，开展了“金银盘级”旅游餐馆的评定；购物方面，评定了一批旅游购物示范点……“创标工作连接了全产业链，旅游发展的观念深入到相关产业中，旅游发展的氛围空前浓郁。”郑玉清介绍，过去许多产业是分散的，比如礼品店、交通企业、民宿等都不在文化和旅游部门的对接范围内，但在创标过程中都联系起来了，“可以说通过旅游标准化创建这个契机，把全产业链、全业态都带动起来、凝聚起来了。”

两年多来，襄阳市积累了一批懂标准、认标准、宣贯标准的人才队伍，他们是创标留下的宝贵财富。襄阳市旅游标准化建设工作领导小组副组长、副市长丁亚琳说：“旅游标准化工作没有终点，我们将继续发挥这支队伍的作用，持续不断地以标准化为指引，推动全市文化和旅游产业大发展。只要我们坚持走标准化的发展道路，旅游品质就有保障，游客和市民的满意度就会提升，这就是对满足人民群众对美好生活向往的最好诠释。”