

品牌故事

福建省旅游发展集团：逆市上扬有内在逻辑

□李金枝 本报记者 吴健芳

九龙潭景区夜游提升项目2020年6月投产运营,当月营收超过去年同期15.8%,当年接待游客同比增长117.39%,营收同比增长136.44%,成为福建夜游项目发展的标杆;柘荣鸳鸯草场景区在没有团队游客的情况下,2020年全年接待游客比上年同期增长19.71%,营收增长36.29%,实现“双增长”。受新冠肺炎疫情影响,旅游市场持续不景气,但是由福建省旅游发展集团打造的九龙潭、柘荣鸳鸯草场等景区为何能够逆势上扬?

“面对新冠肺炎疫情,我们分析研判,积极应对,早谋划、早安排、早部署,有效有序推进复工复产,实现主营业务稳健发展。”福建省旅游发展集团党委书记、董事长陈扬标表示,近年来,集团十分注重顶层设计,不断整合资源为品牌内涵增“合力”,创新产品为品牌发展注“活力”,多元服务为品牌赋能添“动力”,“三力齐发”打造全产业链平台,构建“大旅游、大平台、大产业、大发展”的新格局。

整合资源为品牌内涵增“合力”

2015年12月,经福建省委、省政府批准,福建华闽实业(集团)有限公司、福建中旅集团公司合并重组,成立了福建省旅游发展集团有限公司,成为福建省国资委监管的省属国有企业中的一员。“华闽和中旅的重组不是简单的合并,而是要整合资源、有效重组,充分发挥龙头引领带动作用,实现高效协同、优势互补,形成‘1+1>2’乘数效应、倍增效应。”陈扬标说。

据了解,福建省旅游发展集团成立后,着力于三大转变,从传统服务业向现代服务业转变,从传统经营方式向新的商业模式转变,从传统旅游供应向综合性旅游平台转变,大力推进全域旅游目的地建设,全力打造“大闽东”全域休闲旅游目的地、“大武夷”全域生态旅游目的地、“大闽都”全域文化旅游目的地。截至目前,集团拥有权属企业136家。

通过社会化选聘、契约化管理、差异化薪酬、市场化退出的做法,集



柘荣鸳鸯草场景区 福建省旅游发展集团供图

团以竞聘形式拓宽人员进出与转换通道,引进专才,增强了发展动力。三年来,福建省旅游发展集团旗下各旅游企业的营收、利润和员工薪酬均有不同幅度提高,实现了企业、职业经理人、员工共同发展,共同分享改革带来的红利,不断丰富企业的品牌内涵。

创新产品为品牌发展注活力

2020年6月,福建省旅游发展集团打造的夜游泰宁九龙潭提升项目正式启用,其在原有一期项目“水上丹霞,光影峡谷”的基础上新增了“梦境·九龙潭”项目,打造了水上峡谷夜游产品,推出了“丛林穿越”“仙境奇峡”“水幕魅影”等特色区域景观,吸引了省内外游客前来领略“游于仙境,行于画卷”的别样意境。这也是集团不断创新业态产品,助力旅游产业复苏的缩影。

据了解,该夜游项目将最新5D、全息投影、灯光秀等技术,与九龙潭的水上丹霞地貌等原生态实景相结合,一经推出便成为游客和市民争相打卡的网红地标,实现了“老项目、新开发”“小投入、大带动”,成为福建夜间旅游的标杆示范,并解决了当地200余人的就业问题,带动了周边群众致富。

在全域旅游快速发展的背景下,推动“旅游+”深度融合是大势所趋。近年来,福建省旅游发展集团大

力实施“旅游+”战略。积极推动“旅游+会展”融合发展,推出的以“爱旅游·会生活”为主题的福建旅游生活展,已连续四年成功举办。另外,全力打造“旅游+研学”、“旅游+康养”产业新模式,研究细分市场,发展主题旅游,推动福建旅游高质量发展。

为进一步贯彻落实福建省委、省政府打造“全福游、有全福”品牌的重大决策部署,推动福建旅游“三增长”,2019年3月,福建省旅游发展集团整合资源,先后推出了“全福游、有全福”——千团万人福建游之“爱游三明行”、“爱游醉美平潭行”、“大爱妈祖莆田行”、“戏曲敬武夷”等产品,受到游客热捧。截至目前,该活动已组织游客超过50万人次。

科技加持为品牌赋能添动力

“一部手机全福游”App太方便了,不仅可以预约景区门票,还可以预订酒店,购买旅游伴手礼等,真正是一部手机就可以实现全福游。”来自江西的游客张小姐有感而发。

“一部手机全福游”App由福建省旅游发展集团开发运营,实现了“一机在手、畅游福建”,大大提升了游客的体验感、满意度。2020年,为配合疫情常态化监管服务,该App还推出了“全福游分时预约系统”,目前已实现全省4A级以上景区的全面覆盖。

近年来,福建省旅游发展集团旗下福州闽都旅游文化投资有限公司对数字化文旅加以改造升级,创建了“闽都文化旅游众创空间服务平台”,为旅游创客提供资金、资源等,吸引了一批“旅游+科技”、“旅游+创新”人才加入,孵化出“福娃”智能旅游咨询机器人等一批科技创新型旅游项目。目前,“闽都文化旅游众创空间”被评定为省级众创空间,也是福建省唯一一个文化和旅游行业的众创空间。

另外,集团旗下福建福旅联信基金管理有限公司发起设立福建省旅游产业基金,以“价值挖掘+产业赋能”为核心投资策略,以“区域引导+细分行业”为重点基金类型,通过资本赋能叠加精细管理,助力区域经济发展。

陈扬标表示,2021年是“十四五”开局之年,福建省旅游发展集团将找准深化改革创新的突破口,深入推进文旅领域供给侧结构性改革,在构建新发展格局中培育发展新动能、拓展发展新空间,深度挖掘符合大众需求的文旅产品和服务,做大做优“旅游+”“+旅游”,做精做强集团主营业务,积极打造旅游全产业链平台,在“双循环”新发展格局中找准位置、发挥作用、作出贡献,吸引更多国内外游客来闽“全福游”,享“有全福”。

以“安全、优先、便捷”为原则

多地景区做细老年人个性化服务

□曹燕

目前,全国大部分A级旅游景区正全面实行分时预约制度,进一步倡导“预约旅游”。另一方面,《关于切实解决老年人运用智能技术困难的实施方案》中指出,旅游景区不得因老年人没有智能手机无法调取“健康码”等原因拒绝老年人进入。在这两者之间,景区涉老服务重要的是探索标准化和个性化的融合。多个景区设身处地、换位思考、多措并举,从老年人最需要的“安全”、“优先”、“便捷”三个维度,解决老年游客运用智能技术方面遇到的困难,切实把服务老年人出游的工作做细做实。

安徽黄山设“无健康码通道”

“景区在游客集散中心健康码核验处,为老年游客增设一条‘无健康码通道’,安排专门人员为老年游客做好服务引导和健康核验,老年游客可凭有效身份证件、纸质证明、‘通信行程卡’等辅助行程证明核验通行。”游客中心工作人员称,黄山在解决老年游客运用智能技术方面遇到的困难的同时,还在南、北大门入园口处设立综合服务窗口,可帮助老年游客办理当日线下入园预约,让广大老年游客玩得开心、游得舒心。

景区集散中心进站口和咨询服务台等客流集中区,设立了老年游客服务窗口,全天候为老年游客提供代预约门票(车票、索道票)、代拿大件行李、免费提供老花镜、免费提供爱心轮椅等服务。为防止老年游客突发疾病,老年游客服务窗口都配备了小药箱和血压测量仪器等物品。

黄山风景区咨询投诉中心保留了老年群体熟悉的传统电话服务方式,当游客遇到问题时,可直接拨打景区咨询电话,工作人员24小时值班,实现一对一回答。在咨询服务过程中,针对老年游客,工作人员会放慢语速,提高音量。

游客中心工作人员称,“最重要的是主动提供服务引导,设身处地为老年游客着想”。景区各宾馆酒店安排礼宾班管家为游客提供入住引领服务,为老年游客详细介绍并现场演示智能设备的操作使用,在餐厅安排专人协助客人使用“零接触”自助点餐机等服务。

另外,景区各索道还设立老年游客绿色通道,实现上下车帮扶服务,上下车减速和轮椅服务,并保留使用现金、银行卡、纸质票据等入园方式。使服务更为人性化,更具温度。

山西洪洞大槐树:亲情化服务

有“天下故乡,华人老家”之称的山西洪洞大槐树景区,是以“寻根”和“祭祖”为主题的民俗圣地,每年都有数以万计的返乡游客来寻根问祖。洪洞大槐树寻根祭祖园有限公司副总经理何东海发现,“游客的构成中,老年人的比重占多数。”如何帮助老年人更好地游览,何东海认为,“这需要做好亲情化服务”。

近几年来,针对老年人旅游的特点,景区经常组织“如果遇到老人,我们应该怎么做”的职工培训。为应对老人游玩过程发生突发事件,景区制定了规范的处置流程,并进行模拟演练。员工小林的切身感受是,“对待

老年游客要百问不厌,百答不厌;对待老年游客要像对待自己父母、自己的爷爷奶奶一样,为他们提供贴心细致的服务”。

景区的祭祖堂内供奉着1230个移民姓氏神位,许多老年人慕名前来。大槐树寻根祭祖园有限公司办公室副主任师希敏介绍,“在祭祖堂下专设一部直梯,避免了老人腿脚不便爬楼梯的痛苦。另外,景区内大多都是古典建筑,大殿特别设计了活动式门槛,白天拆掉,为老年游客游览提供了方便。”同时,景区内完善无障碍通道建设,各主要景点、室内,均有无障碍通道。

景区大门内有自助导游机设备,帮助听力不佳的老人听取讲解内容。景区入口处配备有电动助力车,不仅方便了老年人,也减轻了同行家人的负担。对于没有智能手机或操作不便的老年游客,景区在大门外设立专人专岗进行人工体温检测登记,并登记详细信息;同时,售票窗口老年游客可购买纸质门票。另外,对于有智能手机不会使用的老年人,在景区入口指示牌处有工作人员一对一指导操作,帮助老年人完成行程码、健康码的验证和无接触购票。

山东景区:升级优待政策

近日,山东省政府发布《关于进一步优化老年人优待政策的通知》,明确规定山东省及省外来鲁的60周岁(含60周岁)以上老年人,不分国籍、不分地域,凭居民身份证、港澳居民来往内地通行证、台湾居民来往大陆通行证、护照和各省(自治区、直辖市)颁发的老年人优待证中任何一种有效证件,一律同等享受半价乘坐由政府投资建设的所有景区内的观光车、缆车等代步工具的政策优待。其中,泰山索道运营中心在各索道站售票窗口进行公示,切实让老年人享受实实在在的优惠、温馨的服务,还从提示引导老年人安全上车等方面规范服务语言和服务行为,新增旅游咨询、协助找人等多项服务。

另外,枣庄市对政府兴办11家景区实行60岁以上老年人免门票政策。这11家景区包括:台儿庄古城景区、滕州微山湖红荷湿地景区、冠世榴园风景区、抱犊固国家森林公园、熊耳山景区、台儿庄运河湿地公园、铁道游击队景区、龟山风景区、双龙湖湿地观鸟园、龙阳旅游区、滕国故城旅游区。

旅游是老年人开启人生第二舞台的一个重要选项,文化和旅游部资源开发司日前编写的《中国老年旅游产业发展现状和趋势研究》中指出,按照老龄化旅游发达国家的经验,到2040年左右,老年旅游市场将占到全国旅游市场的半壁江山,老年健康旅游和智慧旅游的需求将快速增长。

中国旅游产业协会老龄旅游产业促进委员会主任何力称,“老年旅游信息的获取渠道开始现代化、信息化和智能化,对智慧旅游服务和培训的需求增加,但传统咨询服务方式依然占有一定的比例,老年旅游公共服务必须兼顾这两类需求。”针对运用智能技术存在困难的老年游客,何力认为,“景区必须保留人工售票窗口、绿色通道,确保在老年人到达后可以在最短的时间里进入景区,而不是在景区外面长时间等待。”



入冬以来,长春冰雪新天地景区游客数量逐渐增多,冰雪旅游氛围渐入佳境。据了解,今年的冰雪新天地景区在景区规模、服务、安全等各个方面都做了全面升级。景区将“长影”、红旗汽车等内容融入冰雕、雪雕中,打造出雪映红旗、冰雪情缘等九大主题游览区。在服务上,景区新建了1万余平方米的暖房,配备了多台取暖光车和多种数字化智慧服务设备。

本报记者 陈晨 摄影报道

举起高质量的旗帜迈入“十四五”

——2020年安徽省旅游服务质量江淮行活动收官

由安徽省文化和旅游厅联合安徽省文明办、安徽省市场监督管理局连续4年共同主办的“安徽旅游服务质量标杆单位遴选和旅游服务质量江淮行”系列活动于2020年8至12月举办,已成为安徽省文化和旅游行业高质量发展的重要品牌,是《中共安徽省委安徽省人民政府关于开展质量提升行动推进质量强省建设的实施意见》重点工作之一。

安徽省文化和旅游厅党组对旅游服务质量江淮行活动高度重视,厅党组书记、厅长袁华每年都专题听取活动方案并创新要求,为活动顺利开展奠定了坚实基础。

故事演讲见特长 标杆遴选树榜样

2020年11月2日至3日,2020年安徽省旅游服务质量故事演讲大赛和标杆申报单位答辩会在合肥举办。

演讲大赛以“皖美品质 健康旅游”为主题,聚集全省文化和旅游企事业单位疫情防控常态化下质量建设案例等相关内容开展。全省29位参赛选手精心准备、激烈角逐,经过专家综合评审,共产生了10位获奖者,其中,来

自安徽中国青年旅行社有限责任公司王莉的主题演讲《我的成长路》在本次大赛中荣获一等奖。选手们通过真实案例分享,展现了安徽旅游服务质量建设的成果。

标杆单位遴选答辩会以“美丽安徽行、品质在我心”为主题,吸引了全省优秀文旅企业积极参与,经安徽省文化和旅游厅对申报材料资格复审,答辩会对20家申报单位展开现场答辩,最终遴选出安徽环球文化旅游集团有限公司、合肥市李鸿章故居陈列馆等10家旅游服务质量标杆单位。

4年来,该活动每年推出近10家省级旅游服务质量标杆单位,已累计选树旅游服务质量标杆单位38家。通过标杆遴选的开展,以点带面在全省全行业宣传推广了质量管理、质量创新、标准化建设、品牌提升等方面的经验做法,贯彻和强化了高质量发展理念,实现

了“树典型、强质量、优服务、传帮带、提效益、促发展”的活动宗旨,进一步凝聚了“关注质量、重视质量、崇尚质量、积极推进质量建设”的发展共识,引导和支持文旅企事业单位大力开展旅游服务质量对比提升行动。

服务质量互分享 质量论坛开眼界

2020年12月8日,安徽省旅游服务质量江淮行启动仪式和质量发展论坛在合肥举行。

启动仪式发布了2020年安徽省旅游服务质量标杆单位、旅游服务质量故事演讲大赛获奖选手、旅游服务质量社会宣传员和媒体观察员名单,并为2020年江淮行系列活动滁州站、铜陵站、六安站授旗。标杆单位在质量宣讲中分别就质量管理工作上的优秀做法和疫情防控常态化形势下旅游服务质量工作如何提升等作了精彩分享。

在下午举行的质量论坛上,分别邀请了扬州大学教授侯兵、黄山旅游股份有限公司行政管理中心副总监张海清、景域驴妈妈集团副总裁任国才和芜湖海螺国际大酒店总经理张大海担任论坛嘉宾,进行现场质量分享。四位嘉宾分别从提升旅游服务质量的理论思考、旅行社的安全质量管理等四个方面,为现场听众带来了旅游服务质量提升的精彩演讲,赢得了与会人员的一致好评。

4年间,该活动共走进12个市,宣讲企业质量管理经验15场,组织旅游服务质量发展论坛10场,全省800家文旅企事业单位和近千余名文化和旅游从业人员直接参与。同时,还邀请多家省内外主流媒体代表作为媒体观察员和社会宣传员,监督全省旅游服务质量提升工作。2020年,安徽省文化和旅游厅还从前3年活动中精选了10家,编印了

《安徽省旅游服务质量建设成功案例》,为全省文化和旅游领域开展质量建设提供更多可学习、可借鉴的模式。

深入基层大巡礼 云端传播谱新篇

2020年12月14日至17日,由安徽省旅游服务质量标杆单位宣讲代表、安徽省旅游服务质量故事演讲大赛获奖选手代表和安徽省旅游质量社会宣传员和媒体观察员共同组成的质量宣讲团分别走进滁州、铜陵和六安三市举办分站系列活动。

安徽环球文化旅游集团有限公司、合肥市李鸿章故居陈列馆等10家标杆单位就自己的经验做法进行了宣讲;来自芜湖市规划馆的刘璐等3位质量故事演讲大赛获奖选手进行了生动演讲;安徽旅游服务质量江淮行社会宣传员和媒体观察员对滁州市酒店、铜陵永泉农庄、舒城万佛湖景区3家标杆单位

进行了实地考察走访,以媒体视角对标杆单位进行了全方位检验。

在系列活动的宣传中,推出了以“云直播”“云推广”“云报道”的“三云”模式,全面展现标杆单位的引领示范作用和旅游服务质量江淮行的品牌价值。其中,云直播活动对启动仪式和各分站活动全程直播,并分阶段走进了10家标杆单位,通过与单位负责人面对面对话和质量走访的方式,全方位展示标杆单位质量风采。直播还选取微博和微信双平台同步展开,综合直播浏览量超过200万人次。“三云”模式宣传矩阵的构建,是对安徽文化和旅游高质量发展的全新突破。

“十四五”来临之际,安徽省文化和旅游行业坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导,深入贯彻《文化和旅游部关于实施旅游服务质量提升计划的指导意见》《中共安徽省委安徽省人民政府关于开展质量提升行动推进质量强省建设的实施意见》,将“旅游服务质量标杆单位和旅游服务质量江淮行”品牌活动做得更加与时俱进,助力安徽文化和旅游品牌再升级。