



温泉文化中的“标准”

“中国温泉服务与文化”是中国标准化协会温泉服务与文化分会的官方微信公众号,第一次见到这个公众号就感觉不一样,经过一段时间的琢磨,我认为可以归纳为三点。第一,这是以顾客满意度为考虑的,体现了“hospitality”的服务意识,而有些公众号却是以地理范畴为考虑的,是在说一个地理范畴及其中的一个领域;第二,这是进取的体现,由服务到文化,就像生命的演化,服务是当下的,而文化是长远的,因而体现了一种递进关系,而有些组织名称是“截面性质的”,缺乏与时俱进意识;第三,这个公众号已把注意力放在无形的精神层面,而不是还在关注高端的与功利的、物质层面上的,因为服务与文化都是无形的。

服务与文化的关系

一般而言,服务就是为客人着想,满足客人的需求,甚至挖掘出客人自己还不太清楚的需求,全面而深刻地一切为了游客。服务在过去原本是辅助性的,服务的目的是把东西卖出去。而现在服务本身也有其价值,卖东西只是目的之一,很多人就是为了购买服务而来。服务可以帮助客人达到自己的目的,提供友好交流、互动的机会;服务还可以让很多人得到日常中得不到的东西,如任何一个人在温泉服务里都可以得到足够的尊重,服务的价值之一就是让人感到被尊重。

但服务带来的价值似乎就是当下的,就像阿庆嫂说的“人一走茶就凉”。因而为了避免服务的简单化、表面化、应景化等,让从业者能从心里愿意服务、让热爱服务这项事业,这就需要文化的支持。文化是从心出发的、养成习惯的,文化是需要做深度训练的,因而文化可以提升服务,让服务者发自内心,高级的服务是有文化支撑的。

由服务的标准化到与文化的关系

为了让服务做到位,如今各行各业都要做标准化建设。那么为什么会有做得不到位的情形发生呢,我认为有三点原因。一是原来社会很看重物质,如觉得人们来温泉都是为了洗澡的,其他的都不重要,水热与水量大就行,不必和颜悦色的。以前的确是这样,“认识的好说话,不认识的同人家找谁”,把服务看得低;二是服务对象中有很多都来自异地,他们虽然这次来了,但如风似流水,下次什么时候来、以后来与不来都另说,就如“火车站经济”一样,一生中可能只发生一回,都不太可能是回头客,因而没必要好好服务,而日本同行却很珍惜这“一生一次”的机会,将其总结为“一期一会”;三是企业被认为是老板的,员工都是雇佣来的,员工没有把工作当作“自己家”的事。

服务的标准化可以深化“服务与文化”的关系,从而可以进入到“标准化与文化”的关系层面上。这是一个重大的转变,是一种思维观的转变。

文化中有标准

如果温泉服务标准化了,全国宣贯的都一样,统一化如机械化,那还有文化吗?会不会因此动作僵硬?笔者一直在思考这个问题,觉得标准化只可能是“规定动作”而已,应该还有“自选动



作”。这一想法未曾停止,断断续续一直不解。但这次看到“中国温泉服务与文化”公众号,竟然有些“解决”了。那么文化中有标准吗,尤其是在传统文化中?笔者开始思考这个问题。那是应该有的,但文化中的标准与现在的标准还有不同。

传统文化中的标准不是规定了“物质含量”要达到多少,而是规定了“什么”“时间”“地点”“程序”“参加者”等。如春节时大家一起包饺子,买菜买肉、剁饺子馅、包饺子,然后下饺子,最后是吃,这都是有先后顺序的。这让笔者眼前一亮,明白文化是有标准的,但那是除了物质本身以外的规定,内在可变而外在要统一;并没规定饺子一定是芹菜肉馅的,可以完全是蔬菜的。其只规定了形式而不规定内容,对内容不很苛刻,那是一种“宽泛的严格”,严中有宽才是文化,所以大家都认同并遵守那个规定。

一个地方一个“令”

文化中的标准在各地也不完全一样,如北方在正月十五吃元宵,而南方吃汤圆。刚过完年,还很喜庆,正赶上一年中第一个满月,那就张灯结彩,借月光的启发而加大光明。原来标准也是分区域的,有相同也有不同,像文化上、服务上的事情,全国或许是可以分区域的。

像对温泉温度的规定,南北方是不是可以不一样,南方的温泉标准可以在夏天高一点,在冬天低一点,还有在风大风小的地方,风大的地方其温泉要高一点。就如地方时一样,不是所有的地区都是一个地方时,还有国际日期变更线的存在。各省是不是可以制定自己的标准,或者东北一个标准、西北一个标准,一个区域一个标准,如此就可以让标准多样化一些,各地标准都有其特色,调动并发挥区域的自主性,免得千篇一律,免得有些规定不符合当地实际。像在新疆,有些少数民族是穿着短裤泡温泉的,那就不能规定都穿或不穿,新疆就可以自行规定泡温泉当中的服装问题了,而在东部地区,在室内澡堂子里的裸泡区,应该是不允许穿短裤下池的。

标准中的文化

文化中的标准是暗藏的、是乡俗民约,不是行政规定,而反过来,在标准中也有文化。就像向杯子里倒红酒一样,最初是“瞎倒的”,但后来就有了规矩。

在服务的标准化执行中,当被认同了,众人都遵循并发展了,那就是一种文化了。举两个例子,一是男女着泳装在温泉共泡与“混浴”,日本人就觉得那是一种文化,太好太美了,因为日本人泡温泉习惯裸泡,所以男女各泡各的,虽然在偏远地区会有混浴,但这种情况很少见,他们认为我们的泳装混浴很精彩,可以让女友、妻子就在身边,现在他们也有这种形式了;二是浴前浴后的迷彩浴衣文化,就如日本东京的大江户温泉物语,一共有19种颜色的浴衣供客人选择。其实珠海御温泉的浴衣也很美,客人穿着浴衣前往与浴后归来及餐后散步等,都让人感觉很漂亮,穿者与观者都心情愉快。

(中国标准化协会温泉服务与文化分会副秘书长、东北财经大学旅游学院教授 王艳平)



2021会员招募火热开启

中国标准化协会温泉服务与文化分会欢迎您!

中国标准化协会温泉服务与文化分会(以下简称“分会”)隶属于中国标准化协会,是由从事温泉服务的个人和单位自愿结成的标准化服务机构,是推动温泉行业安全健康、科学规范、专业优质发展的公共服务平台,为政府温泉服务标准化建设和规范温泉服务行业市场提供技术支持,帮助温泉企业规范经营,提升温泉产品质量,切实维护经营者、消费者权益,做好政府、企业、消费者三者的桥梁和纽带。

分会使命:以建设中国温泉服务标准体系为宗旨、弘扬中国温泉东方文化。在温泉服务与文化领域携手营造绿色、可持续发展环境。

分会愿景:营造中国温泉服务与文化的标准化建设氛围,提升温泉服务质量、传承温泉文化精髓,增强消费者体验感受、保障消费者合法权益,支持中国温泉服务产业健康持续发展、和谐共赢,谱写中国“特色”温泉服务与文化的蓝图。

分会资源:拥有国家级标准化服务平台,拥有国家级服务业标准化示范项目,拥有行业标准化专家指导团队,拥有省级行业人才培养基地,拥有健全的产业政策数据库,拥有完善的行业标准数据库,拥有丰富的行业人才库,拥有专业的会员交流平台,还有一群热心推动温泉服务与文化发展的可爱的标准化人才、服务精英、文化“奇人”。

分会服务:

智库分享——建立和完善温泉服务与文化标准化专家智库,支持行业健康发展,共享智库资源,提升会员和行业标准化整体水平。

技术支持——国际标准、国家标准、行业标准、地方标准、团体标准、企业标准制修订,标准化良好行为、标准化试点、标准化示范区项目申报与咨询指导。

评估认证——开展温泉服务与文化评价与认证活动,树立行业标杆。鼓励行业内实施标准化的先进组织,推荐标准化工作者或组织参与各类评优活动。

模式导入——宣传推广标准化体系管理、卓越绩效管理等先进的管理模式,指导企业积极导入,提升管理水平。

教育培训——国家标准、行业标准、地方标准、团体标准、企业标准培训,标准化良好行为、标准化人才培养,标新化基础知识培训、标准化综合知识培训、院校合作标准化培训。

学术研究——承担标准化化学术项目、科技项目研究,组织调查、研讨,发表学术论文及调查分析报告,为行业健康可持续发展建言献策。

行业交流——开展行业标准化高层论坛、学术沙龙、座谈与观摩、组织国内外标准化组织交流与合作。

实践互动——为会员提供免费或优惠参加学习实践的机会,组织会员联谊、参观学习等活动,搭建互动交流平台,共同学习成长。

项目开发设计——开展温泉服务与文化建设项目,标准化项目、人才培养项目、企业管理项目等的开发与设计。

信息资料服务——为会员和行业提供标准文本、标准资讯,普及行业标准化基础知识,提高行业标准化意识。编辑出版温泉标准化教材、温泉服务与文化标准化成果汇编等书籍。

加入分会:欢迎温泉服务与文化相关的企事业单位、个人加入。一起提升温泉服务品质传播,一起分享温泉文化魅力,一起走在标准化路上。

会员福利:减免收费服务,共享分会资源,引流社会资源,获得政府关注,争取专项资金……

提升温泉服务标准化绩效,追求温泉优质服务上台阶,获得温泉服务与文化认证,在温泉服务领域创新拓展,在业内拥有企业话语权,近距离接触业内业界大咖,跟业内标杆企业深入交流,为行业标准化作出贡献。

欢迎垂询:中国标准化协会温泉服务与文化分会秘书处 0756-5792002、13825670561。



湖北武汉发现新温泉,水温50℃

据悉,4月14日,武汉市蔡甸区索河街石马村,一眼冒着热气、比大碗还粗的温泉从1880米深的钻井中喷涌而出,水温测试仪显示水温约50℃。此处地热井日出水量超2000立方米,水中富含氟、锶等微量元素和矿物质,是武汉勘查发现的第一眼温泉井,出水量大、水温高、泉质等级优,被专家认定为优质珍稀矿泉水。

此眼温泉井的出水标志着武汉市地热资源勘查取得重大突破。这证明武汉不仅有地热资源,而且矿物质含量高、泉质优良,为武汉市清洁能源开发利用、规划发展休闲疗养等产业奠定了基础。武汉市测绘研究院多要素地质调查项目负责人彭汉发介绍,接下来还将再钻几眼温泉井,综合分析周边地热资源储量、合理开采量,研究如何利用地热资源。

中国温泉策划咨询 专业权威机构

策划·设计·诊断·培训·执行
建树中国温泉经典品牌御温泉

引领中国温泉旅游行业发展