

行程百里 不忘初心

——中旅旅行稳步开展党史学习教育



在我国开启全面建设社会主义现代化新征程的大背景下,立足建党百年的历史新起点,中国旅游集团旅行服务有限公司(以下简称“中旅旅行”)认真学习贯彻习近平总书记重要讲话精神,秉承集团“旅游报国、服务大众”的宗旨,在集团公司党委的指导下,准确把握党史学习教育目标要求,紧密结合旅游行业特点和企业实际,周密部署、精心安排,从严从实抓好组织实施,把中央要求与企业实际结合起来,突出央企特色、突出学用结合,有序开展党史学习教育,实现了良好开局,取得了阶段成效。

牢记初心使命
传承红色基因

中旅旅行积极响应《关于在全党开展党史学习教育的通知》,以各党支部为单位成立党史学习教育学习小组,通过集体学习、个人自学和撰写体会等方式,在公司全系统内以高标准的政治站位和政治意识开展党史学习教育,让广大党员干部全面了解党团结带领人民为中华民族作出的伟大贡献和取得的根本成就,更加深刻感悟国有企业在党的领导下为人民谋幸福、为民族谋复兴,栉风沐雨、艰苦奋斗的光辉历程。做到学史明理、学史增信、学史崇德、学史力行,不断提高政治判断力、政治领悟力和政治执行力。

学原文,学习《论中国共产党历史》《中国共产党简史》等教材,深入领会习近平总书记关于国有企业改革发展和党的建设的重要论述,做到

每次学习主题有侧重、研讨有重点、心得体会有深度;拓形式,累计举办6期延安、井冈山和西柏坡主题教学培训,参与党员干部员工达300余人,各级党组织开展党史学习教育主题党日活动和清明祭英烈活动90余次,用党的奋斗历程和伟大成就鼓舞党员干部斗志、明确奋斗方向;促结合,组织“我为群众办实事——走进央企爱国主义教育基地”等公益党日活动,邀请属地街道和高校党员群众,感受国资央企在中国共产党的领导下走过的光辉历程和取得的辉煌成就;营氛围,抓好宣传工作,开设“党史学习教育”专栏,开展党史知识竞赛,定期收集党史学习教育好经验好

做法,截至6月底,累计编发近30期宣传简报,营造良好氛围,提升员工幸福感和获得感,持续推进党史学习教育走深走实。

整合优势资源
提供定制化服务方案

党史学习教育与推动企业高质量发展紧密结合。作为集团旗下负责旅行服务业务的公司,中旅旅行在整合集团内部各板块优势资源的基础上,将红色资源与党史学习教育相融合,聚焦井冈山、遵义、大湾区、黎平等党史学习教育教育培训重点目的地,推出“永远跟党走”红色旅游百条精品线路和八大系列活动;建立和挂牌井冈山、



延安红色教育培训基地,特邀百余名优秀的党史专家设计《井冈山精神及其时代价值》《延安精神及其时代价值》《遵义会议与遵义会议精神》《西柏坡精神的科学内涵及其新时代价值》等现场教学课程,创新教学形式,在访谈式教学和情景教学中,让课程有“声”有“色”;签约部分文化和旅游部评选的全国红色旅游“五好讲解员”进行现场教学讲解,确保党史学习教育的专业性和系统性。

立足行业优势,开展党史学习教育配套服务。承办主题党日、教育读书班、党史课程培训等活动,为各级党政机关、国有企业提供定制化服务方案。截至6月下旬,为78家国资

企及其分支机构累计超5000人次提供服务。广大党员干部、入党积极分子纷纷走进延安、井冈山、遵义、嘉兴、西柏坡、北京等地的革命遗址遗迹、纪念馆、中央企业爱国主义教育基地、工业文化遗产等红色资源地缅怀革命先烈、重温入党誓词、聆听现场专题课等,在党史学习中回顾百年来中国共产党带领人民走过的艰苦而光辉的历程,汲取智慧和力量。

强根铸魂显担当
坚守“外防输入”第一线

中旅旅行境外签证申请服务中心(以下简称“境外签证中心”)是一支特殊的团队,主要服务于广大来华旅游、经商、工作和学习的申请人,一直以来通过专业、优质、高效的服务,得到外交部、我驻外使领馆、华侨华人和当地申请人的高度赞誉,是中国对外宣传的名片和软实力输出的重要舞台。中旅旅行高度重视境外签证中心团队的党建工作,始终将强化理论武装摆在首要位置,锻造过硬队伍。在推进党史学习教育过程中,各境外签证中心党支部做好同温同场,采用国内外同部署、线上线下联动、集中学和自学相结合的学习形式。策划发起“我在境外的抗疫生

活”征文摄影活动,以文言志,鼓舞人心;用好网络学习平台,观看红色影视剧和各类党建电子书,做到读原著、学原文、悟原理,强化政治担当,不断提高领导水平和工作本领。

疫情以来,针对境外签证中心特殊政治意义和业务特点,根据集团的工作部署,精准施策,严格落实,坚守国家“外防输入”工作一线,党员同志身先士卒,带领年轻同志在特殊环境履行央企使命,守好国门第一关。在国内疫情防控形势严峻时,未雨绸缪,及时开展防疫物资储备,协助中旅旅行本部及所属企业、外交部合作单位以及驻外使领馆采购防疫物资;在境外疫情蔓延时,一方面严格落实办公场地和境外员工的疫情防控工作,确保安全责任零事故,另一方面积极协助驻外使领馆,为紧急来华申请人筑起一条签证服务的“绿色通道”。老党员显初心,新青年传薪火,中旅旅行境外签证中心服务团队在一次次关键时刻挺身而出、经受考验,彰显了新时代中国共产党人的政治责任感和历史使命感。

一次次党史讲座知史鉴今,一次次小组讨论涤荡心灵,一次次党员培训砥砺初心。立足新发展阶段,着眼新发展格局,在中国旅游集团党委的领导下,中旅旅行将不断提高政治站位,持续强化责任担当,从百年党史中汲取奋进力量,推动党史学习教育与中心工作两促进、两不误,以实干彰显旅游央企的社会责任,以奋发有为的进取精神书写新时代的答卷。

(沈姗姗/文 中旅旅行供图)

预约旅游 拓展景区精细化个性化运营新空间

“为保证游客的健康和安全,请参观游客务必提前预约,如无预约,请勿入园……”如今,这段广播经常在旅游高峰时段的热门景区场馆前循环播放,游客已耳熟能详。为了应对新冠肺炎疫情,景区门票预约制度加速落地,“无预约,不出游”逐渐成为公众旅游新常态。随着我国旅游市场稳步有序复苏,人们旅游的热情和需求持续释放,包括预约制度在内的智慧旅游公共服务网络 and 平台作用日益凸显,近日,由中国旅游报社主办的2021预约旅游发展研讨会在北京举办。来自文化和旅游主管部门、知名景区、门票预约在线平台等业界代表与游客代表参会,围绕预约旅游对旅游发展产生的影响、价值、景区精细化个性化运营等问题进行了深入研讨。

提升旅游体验舒适度

“不是堵在路上,就是瘫在景区”。热门景点人满为患、超负荷接待,影响旅游质量,长期以来饱受诟病。这种情况正在悄然发生改变。近两年来,为了避免人流拥堵、加强疫情防控,一些景区纷纷采取线上购票、分时预约、错峰限流、延长参观时间等方式,优化游客游览体验。

预约旅游到底为游客带来了什么?游客“嘻哈宝莱”是一名宝妈,在她看来,过去假日出门旅游,许多景区门口都是人山人海。“今年的五一假期,尽管景区人也不少,但总的来说实行网上预约、扫码入园等措施后,整个游览过程便捷顺畅了很多。”“嘻哈宝莱”还通过自己的切身体会,说明了预约旅游对旅游体验带来的改变。“亲子游是游客中的‘弱势群体’,适合亲子游的景区相对较少,出游前的准备工作相对更多,如果遭遇排队、甚至临时无票的问题,对于家长和孩子而言都是一种煎熬,而预约旅游所带来的行程确定性能在很大程度上消除我带娃出游前的一系列焦虑和困扰,也提升了旅游体验的舒适度。”

艾媒咨询在会上发布的《2021中国景区门票预约服务专题研究报告》显示,随着疫情防控常态化下“限流、预约、错峰”等措施的开展,作为主要参考指标之一的门票线上化率已提升至22.4%,同时,超8成受访者表示知晓“景区门票预约”这一概念,并有7成以上受访者对景区门票预约服务的推行持乐观态度。这也说明了景区门票预约服务正在获得大众的认可。报告数据显示,针对景区门票预约服务的体验,有45.2%受访者体验到“提前限流,不需要排队”,有42.1%受访者认为可以“提前了解确定行程”,有41.9%认为能够“提前知晓景区信息”。

但据数据显示,2020年,电影票、飞机票以及火车票的预约购买线上化率均在9成左右。在线上化率实现明显提升后,各场景在购票服务、取票入闸等服务流程的质量把控上有明显优化。而当前景区门票线上化率仅为22.4%,服务数字化程度仍有待提高。

中国人口基数较大,且休假具有集中性,因此旅游景区拥挤现象相对严重,在一定程度上影响游客旅游体验。因此,传统的粗放型景区管理方

式已不适应旅游业发展,特别是疫情防控常态化下,景区管理方式亟须有所改变,游客的需求也将进一步促进预约旅游的快速推广。艾媒咨询分析师认为,门票预约服务模式对行业服务质量优化有着显著的提升效果,景区应切实把握产业数字化升级机会,大力发展景区门票预约服务,推进景区以及产业的高质量发展。

提升景区运营服务品质

早在2015年出台的《关于促进智慧旅游发展的指导意见》就提出,鼓励博物馆、科技馆、旅游景区运用智慧旅游手段建立门票预约制度。

2019年8月,国务院办公厅发布的《关于进一步激发文化和旅游消费潜力的意见》提出,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,国有5A级旅游景区全面实行门票预约制度。

2020年11月30日,文化和旅游部等10部门联合发布的《关于深化“互联网+旅游”推动旅游业高质量发展的意见》提出,加快建设智慧旅游景区,明确在线预约预订、分时段预约游览等建设规范,落实“限量、预约、错峰”要求,国有旅游景区应于2021年底前全部提供在线预约预订服务。

政策要求、形势所需,“门票预约、分时段游览”制度在全国旅游景区实现大范围应用。与会嘉宾一致认为,预约制度是迈向优质旅游的新起点。景区门票预约制度是对景区和游客的双保护,让游客获得更安全、更丰富、更有尊严的游览体验的同时,也保护了景区文物和自然资源。值得注意的是,预约旅游对于不同类型景区在安全、游客体验、运营管理等方面的价值逐渐凸显。

2011年9月25日,故宫博物院开始尝试网络预售门票,当日门票预订仅有287票。数据显示,2011年至2014年,故宫全年网络售票都在2%左右。2015年6月13日,故宫推行分时、限流、实名制参观,成为景区门票预约制的标杆。直到2017年10月2日,故宫才首次实现全部网上售票,之后,又继续探索分时段售票。

据故宫博物院保卫处票务科科长邓宇透露,在2015年故宫全面实行预约旅游、当日限流8万人次的政策之后,全年游客总量虽非但没有下降,平均每年有10%-15%的客流增长。这



2019年,故宫客流达1900万人次,是未实施电子票之前的1.58倍。“限流是手段,目的是均衡,削峰是要填谷。”邓宇表示。通过加强精细化管理,基于大数据分析的分时段售票,观众可以选择当天的某个具体时段进入故宫,避免了“上午门庭若市,下午门可罗雀”,给观众营造更加美好的文化空间和参观体验。

在世界文化遗产敦煌莫高窟,以游客承载力为依据,以游客全员预约为基础,以文物数字化成果为支撑,数字虚拟展示和实体洞窟参观相结合,探索形成了“总量控制+线上预约+数字展示+实体参观”的莫高窟旅游开放新模式,拓展了展示空间和内容,深化了游客体验,并有效缓解了保护与利用之间的突出矛盾。

“安全是景区管理的首要任务。瞬时的客人多,虽然短期看收益大,但容易造成拥堵和安全隐患。”参与研讨会的多位景区代表认为,预约旅游不仅帮助景区实现游客溯源,也能让景区有计划“错峰”,合理安排开放时间、区域,避免人群聚集,降低安全卫生风险。

除了景区经营管理层面上的便利以外,预约旅游也被认为是景区精细化管理的重要途径。美团门票度假事业部总经理刘燕翔说:“今年五一假期期间,美团游客留下的评价数据较去年同期增长超过55%。这些

评价内容对景区的运营提升非常有帮助,可以让我们知道哪些做得好的地方可以做得更好,哪些做得不好的地方需要改进。在社交分享的时候,游客的内容传播是最可信、最广阔、最长效的传播。”

可以说,预约制度的推行倒逼景区加快推进数字化运营,景区应抓住开发预约平台的契机,加快建设线上营销渠道。对于景区而言,最重要的是积累自己的粉丝群体。打通线上营销渠道,掌握第一手信息,深入了解游客需求和偏好,与其建立长期的互动关系,及时提升产品和服务的质量,形成良性互动的运营闭环。

上海海昌海洋公园总经理李绍君对预约旅游带给景区数字化转型的助力感慨颇深:“景区接待有淡旺季,实行预约旅游后,景区可以动态掌握园内游客的变化趋势,提升游客游玩体验的同时,对景区内演艺产品、餐饮服务资源的调度也更加合理高效,一定程度上也促进了园区内的二次消费。”

西安博物院公共服务部副部长徐晶说:“预约旅游带来的数据连接让景区对游客有了更深刻的了解,这也帮助我们不断优化服务,更有针对性的提质升级,进而推动景区生态的正向发展。”

另外,大数据的价值有待于进一步被挖掘,将来通过大数据的精细化

分析,例如观众在博物馆的哪个文物展柜前停留的时间更长,观众喜欢什么、为什么喜欢,可以为文创产品的开发思路提供数据支持。

提升旅游综合治理水平

《“十四五”文化和旅游发展规划》中强调,积极发展智慧旅游,加强旅游信息基础设施建设,深化“互联网+旅游”,加快推进以数字化、网络化、智能化为特征的智慧旅游发展。推进预约、错峰、限量常态化,建设景区监测设施和大数据平台。

当下,国内旅游消费升级加速,不断推动旅游市场持续高质量发展。但部分景区的预约旅游服务功能相对单一、使用体验不佳等问题仍有待解决。

文化和旅游部信息中心副主任信宏业认为,分时预约带来了景区精细化管理服务的新契机,提供给景区个性化运营新选择。但在落地执行过程中,要充分考虑游客感受和景区现实因素,不能“一刀切”,更不能让分时预约成为横在景区、资源和游客之间一道新的鸿沟,游客消费便利度是最重要的考量要素。

疫情防控常态化下的旅行场景在被数字化重塑,针对适老化的需求,一些门票预约平台也在积极作为。针对适老化需求,美团上线了

“线下门票预订关怀版专区”。专区页面的字体更大,老年人更关心的价格、预约时间等信息得到了突出显示,预约流程也较之前的三步缩短为一步,大幅简化了操作流程,省时省力,有效提升了老年人的出游体验。在线下,美团还联合云南丽江古城、延安杨家岭革命旧址、吉林省博物院等20余家老年用户经常旅游的景区,启动了适老爱心改造试点工作,在线下的景区入口为老年人设立专属入园通道,协同社会服务工作者为老年人提供人工帮扶、信息引导的工作。

“在推行预约旅游的过程中,一定要以人为本”是多位嘉宾强调的重点。北京第二外国语学院首都文化和旅游发展研究院执行院长厉新建称,预约旅游要始终以提升游客体验为出发点,坚持“以人民为中心”的发展理念,不仅要方便景区管理,更要方便旅游者。景区、互联网平台携手提供服务,要充分考虑预约旅游后的全流程管理,比如预约入口的便利性和信息的准确性等。

以建立健全景区预约制度为抓手,充分做好技术准备,推进包含酒店预订、交通调度、信息发布、景区运营监测、投诉受理等功能在内的旅游公共服务平台建设,让游客充分享受“一站式”预约和“一条龙”服务的便利,提升旅游业现代化综合治理水平。我国正在进入以便捷化、个性化的旅游服务为主要特征的智慧旅游时代,对旅游产品的文化内涵要求逐渐凸显。中国社会科学院财经旅游研究室主任戴学锋以内容博大精深的石窟旅游为例,在未来,是否能够预约到专业的文物专家在某一时段的讲解?“我国正在进入小众、高端、长距离、精细化的旅游需求阶段,未来的预约旅游不仅需要解决景区人满为患的问题,更需要去探索符合现代化、精细化旅游服务的预约旅游制度和更加安全、美好、深度的旅游体验。”

中央文化和旅游管理干部学院院长周庆富表示:“预约不仅不会阻碍旅游业的发展,反之它将进一步推动旅游业高品质发展。”他呼吁各方应尽快建立一整套满足人民幸福生活需要的预约旅游服务体制和机制,预约服务要更加精准,例如预约文物遗迹的专家讲解,真正让预约旅游成为人们感悟中华文化、增强文化自信的过程。(费鸥南)