



励邦英雄： 企业如何讲好自己的文化故事

在当今信息时代，谁的故事能打动人心，谁就能获得更多听众，得到更好更广的传播。对企业而言，企业应该认识到，企业自身既是故事的创造者，也是故事的传播者，更是故事的载体和发展延续者。企业如何讲（经营）好自己的文化故事，是值得深入研究和探索的，好的故事立意、内涵、素材、细节等，都需要企业认真对待。本文以“珠海御温泉”企业文化故事为例，为大家打开一些思路。

一、明确故事内核

一篇文章要有中心思想，不然会不知所云，讲故事同理，企业不能因为“传播效果”而舍弃故事内核。故事要有思想内涵，往深处说，可以是一种企业文化之“道”，明确这点，并把“道”贯穿于故事之中，能彰显企业生命力，甚至获得最佳效果——让人悟“道”。

企业讲好自己的故事，要有明确的思想内涵，有逻辑，保持通达性，故事还应符合企业的文化主题定位、风格特色，甚至未来发展。例如一些温泉企业，对外宣传主打国际温泉主题，那就不能只围绕一种风格展开，同时也不能什么都添一笔，处理不好很容易成为四不像。

珠海御温泉企业故事的思想内核是“中华温泉文化”。以特色住宿为主导的温泉体验为基础，营造丰富多元化、立体多层次的温泉休闲度假，构建高品质、高品位的温泉体验，践行传承、弘扬、升华中华温泉传统文化的企业文化使命，为建设温泉新文化贡献力量。

其故事的初衷和使命是：弘扬、升华中华温泉文化。中华温泉历史文化悠久，但是，在新中国成立后很长一段时间内中国温泉发展相对缓慢，逐渐远离民众的生活。珠海御温泉作为中国温泉旅游产业的探索者，致力于传承、弘扬、升华中华温泉传统文化为使命，将其主要内涵——休闲休养，作为温泉新文化的核心内涵（即“滋本润心”），实现核心价值的回归。

这种温泉新文化的具体表现是从“温泉旅游（沐浴体验）”开始的，应朝着高品质、高品位的“温泉生活（休闲生活态度）”这一方向发展，这也正是珠海御温泉温泉文化的核心理念以及文化发展的基本方向。

其打造文化主题的原则是：只有被顾客真实地体会感知，产生认知认同，且乐于传播，才能逐步确立并形成具体的个性内涵。

以上也可以提炼关键词为：中华传统——体现为以唐风为基础；创新——体现为简约典雅；融合——体现为丰富多元化；具有生命力——体现

为能让顾客融入的情境氛围、能被充分体验感受的产品、能体现生活感的人文气息。由此，我们可以看到珠海御温泉的文化故事氛围：宝塔高耸、暖泉袅袅、和灯静立，飞檐与绿树相映，泉水与鸟雀共鸣，游人着一身客衣赏玩、沐浴，穿一双木鞋，“嗒嗒”地走在街巷里，如一幅自然水墨，温泉生活画卷悠然而出。

二、重视故事素材

讲好故事，离不开好素材。企业故事的听众主体是顾客，这就需要了解他们的消费习惯、特点、心理等，建立素材库，以顾客易于接受的思维方式和表达方式讲好故事，增强吸引力和感染力。甚至，这些素材不只是企业自身使用，更让顾客使用，即企业自己讲故事和顾客讲故事相结合和碰撞，进而达成思想交流、情感互动。珠海御温泉重视故事素材，更为此落实了大型的文化氛围背景设施。

珠海御温泉认为故事是有历史感的、深厚的，所以建造了小汤镇。小汤镇依古镇风貌而建，外高塔耸立，内亭台楼阁，层次分明，节奏舒缓，色调清新，追求的是一种自然意境，“汤”为小汤镇带来了生机与活力，也带来了闲适与雅致。

游客来这里，不仅能体验到温泉养生的怡心，还能感受到独具岭南气息的特色建筑之美与园林的古风古韵，以及一种自然、纯粹的生活状态。

2012年，小汤镇获得“珠海市非物质文化遗产展示基地”称号，其非遗项目涉及范围广泛，其内容包括口头传承以及作为文化载体的语言，如卖唱、叫卖等；传统表演艺术，包括戏曲、音乐、舞蹈、曲艺、杂技等；如舞狮、皮影、锣鼓、竹板山歌等；民俗活动与礼仪、节庆，如祈福、装路香、拜师学艺、比武招亲、“华佗巡街”等；有关自然界的民间知识及实践；按照民间传统习俗的固定时间和场所举行的传统的、综合性的民间文化活动等，如拜月庙会、泉诞龙升等。

核心建筑部分，传承创新盛唐文化为“新唐风”、延续高品质，以亲和、简约、典雅为基调，强调自然和精致，体现品位和内涵；配套建筑部分，以淳朴天然、清新的乡土气息结合历史感和文化元素，营造出怀旧、亲切、温暖且具有新奇趣意的氛围。

围绕以上文化主题及风格基调，延伸创新中国传统住宿的形象及概念，以亲和温暖、明亮简约的空间及氛围设计，打造两间主题特色温泉文化酒店——云来客栈和长盛庄。前者“闲趣”，后者“玩趣”，分别主导两种特色的温泉休闲住宿体验（趣居），满足多种出行组合人群的温泉休闲度假



此外，小汤镇有三座庙，为得福公庙、华佗庙、月老庙，分别代表富财、安康、和合，这也是大家的美好心愿。小汤镇大餐庙会，独创“游食”新体验，来回不限次，边走边玩边吃4小时，把小汤镇每一个项目都活用起来，打破了“只能看看”的常态体验。而擂盆芝麻糊、锅边糍、手打牛肉丸等，游人不仅可以看到过程展示，还可以尝到味道，又比如皮影、斗门门戏，可以直接听到、看到表演全过程。大餐庙会将会多个文化内容糅合，成为一项大型整体活动，顾客可以得到更深层次、全方位的体验。

珠海御温泉认为故事是有情怀的、令人生发感悟的，所以建造了长盛火车站。站台、火车车厢、铁轨、钟楼等设施组合成民国情怀火车站的缩影，引人入胜，使顾客在有观赏及体验中感悟旅行生活的意义。为丰富旅行的意义，打造有丰富多元化体验的温泉度假休闲生活。项目丰富，包括长盛庄酒店、流浪咖啡、犀牛酒吧、手工作坊、精品店铺、音乐、游戏、长盛火车站……人群的到达与离开，来来往往，各色各样，留下许多旅行的故事和人生感悟。

珠海御温泉整体文化氛围及建筑装修风格为：中国的、盛世的、有创新的、有历史感的、和乐融融的。建筑风格以唐风为主基调，融合多元化（多朝代多地域）、外观设计及内部装修注重情与境的营造。

云来客栈的“闲趣”电梯一个是“厕所”电梯，一个是“花轿”电梯。“花轿”电梯，与云来客栈的“人格”“官房”等房型呼应，颇有一种“客官有需求。两者均以“趣”为核心，以“欢聚乐享”为主题，体现中华传统文化“和”。

珠海御温泉以这些文化氛围背景设施为素材创造了许多故事，比如在小汤镇衙门，桌子上“衙差出外、暂停办公”的留言互动，让故事生动形象起来，有人物有情节有互动，让人会心一笑。同时，这些文化氛围背景设施也为顾客提供了素材，让顾客以自身为主角开启故事。

三、注重故事细节

“大前台”是珠海御温泉品牌文化展示及营造文化氛围的前站，设计为一层主体，整体风格与企业文化主题一致，宽敞舒适，古典与现代结合，简约雅致，轻松的环境氛围让顾客到达后可以迅速卸下旅途的疲惫，放松心情，从容地在这里统一完成办理手续。当顾客乘坐电瓶车进入优美宁静的园区时，自然而然会产生瞬间“入境”的感觉，与“旅行的意义”项目呼应，故事感信手拈来。

珠海御温泉的电梯也叫“闲趣”电梯，是一种情景体验，增添休闲度假体验感，营造闲趣氛围，制造印象点、传播点，在顾客行程和意识里留下点滴印象，促使其自发传播。“闲趣”电梯遵循其主题文化基调，又有所延伸，不固定化，因地制宜、因趣制宜，其设计的本意，就出于珠海御温泉“掌柜”意愿：要有趣、区别于传统功能电梯、有特色、有个性。

云来客栈的“闲趣”电梯一个是“厕所”电梯，一个是“花轿”电梯。“花轿”电梯，与云来客栈的“人格”“官房”等房型呼应，颇有一种“客官有



需求，花轿上房”的互动感，顾客在这里可坐可歇息，是一种另类的“坐轿子”体验，这里装饰的皮影元素可供欣赏，整体氛围自然带给顾客惊喜，脑袋蹦出灵感的同时选择拍照，故事由此发生。“厕所”电梯，是一个厕所浴室的缩影，小小的马桶、抽水箱、花洒、全身镜等元素组成的空间，人在其中，是一种“客官远道而来，快洗洗风尘”的互动感，不失幽默趣味，顾客自己也可以选择多种玩法。乘坐这样的“闲趣”电梯，明明没有“店小二”，但感觉“店小二”就在旁边指引，让人不由带着欣赏乘坐。

长盛庄酒店的“闲趣”电梯，一个是“书房”电梯，一个是“厨房”电梯。“书房”电梯，展示了民国时期书香世家的书房缩影，大量的藏书，中文的厚重，外文的新颖，体现书房主人的胸襟，包容进步。墙上的“任命书”“证书”“婚书”等也让人对书房主人的了解更立体。走进这间“书房”，取一本书坐下慢慢品读，就如走进另一个年代。民以食为天，食之背后关乎庞大的传承，烹饪就是其中一种。“厨房”电梯以童趣视角展示了一间梦幻厨房的样子：锅碗瓢盆、冰箱、火炉，

应有尽有，搭配缤纷的色彩，呈现烹饪文化的缤纷。走进这间“厨房”，能让游客跃跃欲试，烹饪一道美食，品味人生。

结语：

“小时候爸爸妈妈带我御温泉玩，现在是我带爸爸妈妈来御温泉玩”“第一次来御温泉玩还是两个人，这次来已经是三口之家啦”“说起御温泉啊，太多回忆了，和爱人一起的、和家人一起的、和闺蜜一起的、和公司团队一起的，都是记忆里的珍藏”……企业讲好故事的效果体现，应该是顾客感受故事、创造故事、传播故事。当顾客说起自己的故事，其实就是在说着这个企业的故事。

企业像一本打开的书，供人品读，它述说着自身的故事，又陪伴着读者成长，只要故事够吸引人，读者自然会爱不释手，反复阅读，成为忠实的读者。而好的作品，故事也会留有余味和留白，让人意犹未尽，不会弃文而去。经营中、成长中的企业，就是一部连载中的作品，故事精彩“未完待续”，何尝不是一种有形有力的可持续发展体现。



欧洲温泉疗养胜地列入世界遗产名录

在中国福州举行的第44届世界遗产大会7月24日宣布，将7个欧洲国家11个城镇的欧洲温泉疗养胜地列入联合国教科文组织世界遗产名录。“欧洲温泉疗养胜地”由7个欧洲国家11个温泉城镇组成，分布在意大利、法国、德国、比利时、奥地利、捷克和英国，分别是：奥地利——巴登贝内茨；比利时——斯帕；捷克——弗朗齐歇克、卡罗维发利、玛丽安斯凯；法国——维希；德国——巴特埃姆斯、巴登-巴登、巴特基辛根；意大利——蒙特卡蒂尼泰尔梅；英国——巴斯。

联合国教科文组织世界遗产委员会对“欧洲温泉疗养胜地”的描述是：这个跨境世界遗产包括11个欧洲温泉小镇。这些城镇都是以天然

矿物质水源而发展起来的，见证了18世纪初到20世纪30年代蓬勃发展的欧洲温泉疗养热，这一热潮催生了一批大型国际化温泉度假村。将天然矿泉水资源用于沐浴和饮用的温泉建筑群影响了温泉城镇的空间布局，例如温泉疗养馆、温泉大厅（专门用于理疗的设施）、泵房、饮水厅、柱廊等。其他相关设施还包括花园、集会厅、剧院、旅馆和别墅，以及特定的温泉配套设施。这些设施都融入市镇整体格局，造就了一个风景如画的度假景区和精心管理的休闲疗养环境。疗养地往往也是名流聚集之地，每处温泉名胜都有文化艺术大家和名人政客留下的足迹，体现了人文与医学、科学和浴疗学发展的重要交流。

江苏徐州地热温泉井出水 水温64℃

8月3日，江苏省徐州市沛县安国镇三诸侯公园南侧，由江苏省地质调查研究院部署，河北省地矿局第三水文工程地质大队施工的沛县安国镇地热温泉井口出水。井

深2200.78米，目前的出水量为每小时60立方米，投入使用后可达每小时80立方米，流量为每天1500立方米，井口直径为340毫米，水温为64℃。



励邦英雄
Reborn Hero

中国温泉策划咨询
专业服务机构

策划·设计·诊断·培训·执行
建树中国温泉经典品牌御温泉

探索中国温泉旅游行业发展

励邦英雄管理集团
Reborn Hero Management Group Co.Ltd

御温泉旅游管理咨询有限公司
全程策划设计及管理御温泉

电话：0756-5797188 www.00800.com.cn