

提示、“劝退”、致歉、推荐……不少景区通过“致信”进行服务补救和延伸——

# 用诚意写好这封信

□ 本报记者 曹 燕

和以往的假期一样，刚刚过去的超长假期，在不同的时间节点和情境下，多个景区发出了“致游客的一封信”，有长假来临前对游客的温馨提示，娓娓道来；也有针对游客投诉的致歉，情真意切。“致信”既体现出目的地城市或景区对游客体验的重视，也折射出其管理运营方面假期里承受的巨大压力。

## 时机：宜快不宜迟

今年长假到来前，准备从辽宁回安徽老家过节的刘先生将黄山移出了自己的旅行清单。“原本是打算带着女友去黄山玩，看到景区微信公众号的‘致信’后，我们打退堂鼓，决定不凑热闹了，还是以后休年假时再去吧。”

9月28日，黄山景区发布了一封致游客的信，其中提到，为提升广大游客游览体验，黄山景区按照“限量、预约、错峰”要求，主动下调最大承载量并从严控控制，每日迎客不超过3万人次，请游客至少提前一天，通过黄山旅游官方平台进行线上预约。泰山景区在9月25日就发布了致游客的信，提前告知游客，5条进山线路门票均已上线销售，由于数量有限，请提前预约。

“作为景区人，我们当然喜欢看到假期里景区人头攒动，再辛苦也觉得快乐。但是另一方面，我们希望游客能有比较好的体验感，满意而归，不要对景区有‘差评’。”一位知名山岳型景区管理者认为，这可能是假期来临前，很多景区写封信给游客的背景和初衷。同时他也坦言，每个小长假，景区都面临巨大的管理运营压力。小长假前会进行各种压力测试、制定应急预案：景区索道坏了怎么办，景区停电怎么办……“如履薄冰，就怕计划赶不上变化，我经常做梦都是这些事。”

现实的情况是，一些景区在小长假期间入园人数激增，加之天气突变等因素导致出现游客排队等候时间长、拥堵等情况，引发游客不满并在社交媒体上扩散、传播——景区致歉信正是在这一背景下产生。

10月4日，山西太行山大峡谷八

泉峡景区发出一封致歉信。信称，10月3日，八泉峡景区迎来游客高峰。19时左右，天色已晚，景区索道下站出现排队拥堵和部分游客要求退票情况，景区为此向广大游客表示“最诚挚的歉意”。同一天，湖南莽山五指峰景区也发出一封致歉信，向10月2日排队3小时才坐上返程大巴的游客道歉。

一位山岳型景区营销策划工作人员提到：“向游客道歉，时机一定要把握准，宜快不宜迟，态度非常重要，要第一时间让游客看到你的诚意。”

## 内容：务实接地气

“虽然我们最后没有去黄山景区，但是我仔细看了那封信，写到的旅游信息非常具体、全面，提到了索道、换乘车辆的运营时间，多个停车场有多少车位，还有示意图指引方向。”刘先生说，从信的具体内容，能够看出景区的服务意识。

这个长假，北京大二学生晓群和朋友相约爬泰山、去淄博吃烧烤，早早就关注了泰山景区的微信公众号。她觉得泰山景区致游客的这封信“非常接地气，考虑到了不同游客的需求”。信中提到，自驾抵达泰山脚下的泰安市后，可以搜索“泰山易停”小程序，泊位清晰、一键导航、方便实用；如果遇到泰山景区暂停售票等情况，欢迎游客到泰山周边的景区景点就近游览，相约泰安Citywalk，走进大汶口探秘古文明，畅游东平湖梦回大宋夜。晓群忍不住点赞：“果然是‘好客山东’，务实接地气、有人情味。”

值得一提的是，多个景区在“致信”中体现了开放的态度，建议未能预约到本景区门票的游客前往附近景点游览。例如，黄山景区就提到，加快建设中的大黄山世界级休闲度假旅游目的地文旅资源丰富，宣城、池州、安庆等地各有精彩。无独有偶，在此前的五一假期，山西大同云冈石窟在“致信”中也提到，游客如果未成功预约云冈石窟门票，还可前往欣赏大同市博物馆、华严寺、善化寺、九龙壁等景点场馆。

莽山五指峰景区在致歉信中，回溯了事情经过：10月2日下午12:50，一场暴雨突然而至，受暴雨天气及摆渡车运力准备不足的影响，出现了部分游客排队长达3小时才坐上返程摆渡大巴的情况，给游客带来非常糟糕的旅游体验，严重影响了游客的出游心情，对此景区表示深深的自责和歉意。

有游客认为，“致信”本身就是一种巧妙的沟通方式，在景区和游客之间架起一座桥。莽山五指峰景区的“致信”中，“非常糟糕的”“严重影响”“深深的自责和歉意”，从游客体验角度的书写，也迅速拉近了与游客的距离。另外，该景区还提到向10月2日当天购票来景区游玩的游客发出邀请，免费来观赏莽山五指峰景区今年的第一场雾凇。

## 效果：纸短情谊长

今年年初，四川瓦屋山景区索道突发电机烧坏故障，索道停运。随后的两天，抢修线路、安抚游客、发放物资、向游客道歉并补偿……瓦屋山景区应对得有条不紊。景区“致信”在微信公众号发出后，游客纷纷互动、夸赞景区：感受到了景区的反应能力和温度。

四川大学旅游学院教授杨振之提到，“致信”一定要做到以人为本，在态度和细节上给游客温馨感，只要有温度，将心比心，最终会得到游客的谅解。另外，针对景区突发情况给游客造成的损失，景区要给游客一定的补偿，让游客心理能够得到平衡。

采访过程中，多位景区业者提到了印象深刻的两次“出圈”“致信”。

2021年7月，疫情防控期间，张家界市向游客发出《致居住在张家界游客朋友的一封信》，点击量短时间即过了5亿次，被网友评为“政府公关教科书式的典范”，当年就有多所大学将其列入公关营销教学必读案例。

在这封信中，全篇都用尊称，从游客角度出发写道：“我们非常理解您的归心似箭……”娓娓道来温情满满。这封信的最后一段写道：“风雨过后见彩虹。有您的理解和配合，我们一定

能众志成城，战胜疫情。张家界三千奇峰、八百秀水永远欢迎您；张家界人民永远是您的朋友。”

网友纷纷评论：“这封信坦诚相见、以情动人，没有指责别人、抬高自己，体现了张家界敢于担当、善于包容、面向未来的格局。”“张家界不仅有风景之美，更有人文之美……”“致信”不仅是沟通的桥梁，也会在游客心中埋下一颗向往的种子，通往长远的未来。当时，就有游客说，欠张家界一次旅行。

另一封“出圈”的“致信”是五一假期前淄博发布《致广大游客朋友的一封信》。信中不仅建议游客错峰出游、避免扎堆，打出时间差、换得舒适，而且承认，当地的服务供给可能还无法完全满足游客的体验需求，五一假期中心城区的酒店已基本售罄，客流量已超出接待能力，预计部分重点路段、网红打卡点将会出现交通阻塞、停车难、排队时间长等问题，将影响游客的体验效果。信中还大力推荐山东其他城市的旅游。

老君山文旅集团副总经理张鹏远说：“如今，说教式、布告式的目的营销方式难以被人接受，体验式、互动式的内容可以和游客实现有效的沟通，容易赢得游客的心。旅游是和人打交道，信要走心，才能将游客的心抓住，密切双方的感情。”

在张鹏远看来，淄博的这封“劝退信”，不仅没有降低淄博的热度，反而为淄博赢得了的美誉，勾起了更多游客“进淄赶烤”的愿望，让淄博的城市形象更加丰满生动。淄博在流量面前保持了理性与冷静，乘势而上，还把握了宣传的主动权。在游客看来，到淄博不只是为那一口烧烤的味道，而是想感受一下走到哪家店都可不被坑、不被宰、被认真对待的感觉。而且，由于信中大力推荐山东其他兄弟城市，引发了一波城市间的联动营销热潮，赢得游客好感。

新媒体时代，一封走心的信即是优质的宣传内容，可以在旅营销中起到四两拨千斤的作用，同时极大提高景区品牌形象，在游客心中留下难忘的印记。

武汉文旅志愿者“第二课堂”开展科普教育——

# “把孩子们请到动物家中来做客”

□ 程芙蓉 武旅信



武汉文旅志愿者正在为小朋友讲解动物知识 武旅信 摄

盘羊的“铁头功”是如何练成的，鸵鸟为什么把头埋在沙子里，灰袋鼠竟然不是灰色的……刚刚过去的长假，武汉文旅志愿者“第二课堂”活动走进武汉动物园，邀请20组亲子家庭近距离感受奇妙的动物世界，体验武汉动物园的湿地特色。

刚改造完成的武汉动物园焕然一新，成为假期出游的热门选择。不同于传统的动物展示，这是一座湿地边的生态动物园，世界各地138个品种、1100余头/只珍稀动物在此乐享安居。游园开始前，孩子们手牵手排好队，迫不及待的心情溢于言表。文旅志愿者细心地提醒小朋友们要遵守游览礼仪，不要大声喧哗，尽量轻声细语，树立爱护动物的意识，不要随意对小动物进行投喂。

一路前行，孩子们惊奇不已，观赏到很多动物，有盘羊、羊驼、骆驼、臭鼬、袋鼠、画眉鸟、企鹅等等。“你们最喜欢什么动物呢？”“鹦鹉！”“是火烈鸟！”“我最喜欢灰袋鼠，因为它很可爱！”文旅志愿者与孩子们亲密互动，动物园内气氛活跃、欢笑不断。

“羊驼‘吐口水’是为了防御，当它们认为自己受到攻击的时候，就会用吐口水的方式发出警告。”“鹈鹕的脾气很温和，它们奔跑的速度非常快，和你们爸爸妈妈开车的速度差不多。”

活动过程中，文旅志愿者巧妙结合园内的宣传设施，通过现场动物科普讲解、趣味问答等方式，让孩子们在游玩的同时增长见闻，了解武汉动物园的新变化，以及动物种类、生活习性、饮食习惯等方面的知识，体会人与自然和谐相处之道。

“志愿者姐姐给我们介绍了很多小动物，它们都有不同的特色和各自的习性。”读小学三年级的胡芷涵说，她最喜欢的动物是企鹅，在听完文旅志愿者的讲解后，她知道了武汉动物园里有14只企鹅，这些企鹅都是由人工孵化繁育而来。

“把孩子们请到动物家中来做客。”武汉文旅志愿者周媛谈道：“小朋友们离开了动物园以后，带走的不仅仅是对小動物们的关爱之情，还在心中播下一颗‘绿色种子’。”

“武汉动物园是一个科普教育基地，让大家知道来到动物园，可以学到动物的知识，看到动物的栖息地，了解动物的生活环境，以及保护它们的办法。”武汉动物园科普讲师彭少波说。

武汉文旅志愿者“第二课堂”是武汉市文旅志愿者总队推出的主要针对中小學生、外国留學生开展的公益文旅活动，通过活动让大家更加了解武汉历史文化和文旅特色产品，增强文明旅游的意识。

## 讲好新时代吉林长城故事

### ——“镜头探长城风韵”长城国家文化公园(吉林段)主题图片展举办

长城风韵

镜头探

长城国家文化公园(吉林段)主题图片展

主办单位：吉林省文化和旅游厅

烽火台

城墙

关隘

戍边生活

长城文化

9月29日至10月8日，中秋国庆“双节”之际，由吉林省文化和旅游厅主办的“镜头探长城风韵”长城国家文化公园(吉林段)主题图片展在吉林省博物院一楼展出。

本次展览精选通化汉长城、唐代老边岗土墙、延边边墙三处长城遗址的优秀图片共计60幅进行展示，包括长城的墙体、烽燧等遗迹，让群众近距离了解吉林长城资源现状，激发群众对以长城文化为代表的中华优秀传统文化的认同感和自信心。

此次图片展吸引了众多市民，大家纷纷表示通过参观展览，加深了对吉林长城的了解和热爱。“从来不知道我的家乡还有长城，通过这个展览，我对吉林有了不一样的认识，这三段长城让我们看到的不仅仅是图片，更是吉林丰富多样的历史遗产。”来吉林省博物院参观游览的李女士说。

内蒙古博物院副院长、研究馆员张文

识长城、了解长城，热爱长城、保护长城，从而让长城这一重要的文化遗产充分融入现代人的生活，增进文化自信自强。”

吉林省长城资源分布于长春、四平、通化、延边4个市(州)的11个县(市、区)，总长度419千米，分为汉烽燧线、唐代老边岗土墙和延边边墙三个时期遗存。其中，通化汉长城的发现和确定将我国汉代长城的东端起点向东推进了数十公里，为汉代中央政权经略东北提供了重证实据；唐代老边岗土墙对研究唐朝时期历史格局变迁具有重要的价值；延边边墙是我国最东部的长城，始建于渤海时期，是探寻渤海政权兴起与发展历程的珍贵实物资料。此外，唐代老边岗土墙与延边边墙更是填补了吉林省长城区域空白与年代缺环。

(薇语/文 吉林省文化和旅游厅供图)