

热点不断 广西南宁文旅消费活力迸发

今年端午假期,广西壮族自治区南宁市组织开展了一系列丰富多彩的假日文化和旅游活动,“新中式”旅游成热点,近程微度假成主流,文旅惠游活动不断,丰富了市民、游客的出行体验。今年上半年,南宁市进一步深化文旅体商融合发展,丰富产品供给,深化开放合作,强化精准营销……一系列的扎实举措,创新消费场景,优化消费环境,激发消费活力,做到周周有活动、月月有营销、季季有亮点,南宁文旅体消费动能持续释放、热度持续攀升,国际旅游消费中心城市建设步伐加快。

精彩活动激发消费活力

今年“三月三”假期,2024年“广西三月三·八桂嘉年华”文化旅游品牌活动主会场活动、民歌一条街路演活动、“爱在南宁”脱单音乐会等一系列主题活动在南宁上演,掀起了消费的热潮。

6月8日,南宁市2024年“文化和自然遗产日”非遗宣传展示系列活动在南宁青秀山风景区启动。活动现场组织粤剧、邕剧、壮族会鼓、壮族三声部民歌、龙狮舞、花婆巡游、嘹啰山歌等南宁传统戏剧、传统舞蹈、民俗类非遗代表性项目展演,展现南宁非遗魅力。

今年以来,南宁开展“文化润景”行动,持续做好文艺演出进剧场、进商圈、进景区、进电影院“四进”工作,在南宁之夜、青秀山风景区等市内重

点景区(点)开展驻场文艺演出,推动“演艺+旅游+商业”融合。

今年上半年,南宁已开展文艺先锋队进商圈演出33场次,举办南宁月月文化旅游节、第二届中国—东盟(南宁)非物质文化遗产周等文化和旅游活动,在元旦、春节、“三月三”、五一等节点,推出近200个文旅体商融合主题活动及惠游促销措施。

这一系列扎实举措取得了积极成果。广西“三月三”假期,南宁市接待游客351.91万人次,实现旅游收入36.61亿元;清明假期,南宁市接待游客160.58万人次,实现旅游收入14.55亿元;端午假期,南宁市接待游客211.56万人次,实现旅游收入18.38亿元……文旅消费拉动作用日益显现,不断聚集人气,有力带动消费经济及南宁周边旅游发展。

打造文旅消费新场景

入夜后的广西南宁灯火璀璨,各大夜间旅游、消费场景人潮涌动,繁荣的夜间经济绘就一幅生动的城市画卷。

民生广场·水漾市集霓虹闪烁,热闹非凡,游客交谈声、商家叫卖声、餐点制作声交织在一起,逐渐升腾的烟火气点燃城市夜经济,激发消费活力。这里的300个商铺涵盖文创零售、特色美食、休闲娱乐、亲子互动、文艺表演、民俗体验等多元业态,市民和游客享受着烟火气,商家也收获满满。



南宁之夜“文旅项目”已推动广西知名夜间经济品牌

今年以来,南宁市积极打造商文体旅融合商圈,布局优化一批消费集聚区、国际化旅游消费商圈和文旅特色街区,发展食、游、购、娱、文、体等创新创业业态,商文体旅消费新场景、新地标不断涌现。

南宁新地标建筑中山路钟鼓楼项目于近日完成验收流程,自今年2月中山路钟鼓楼正式亮灯以来,市民及游客纷至沓来,用影像记录下典雅华丽的钟鼓楼建筑。这是南宁实施“景区焕新”工程、提升建设旅游公共服务设施、推动景区迭代升级的又一例证。

为满足市民、游客夜市打卡需求,建设路夜市设置了快闪市集,将夜娱、夜市等多场景,市民、游客不仅可以品尝美食,还能感受非遗手作、潮玩的魅力。

五一期间,改造提升后的琅西夜市成为外地游客热门打卡地,每晚客流量超1万人次,较平日客流量增长45%以上。

南宁市不断丰富夜间文旅经济业态,着力开发旅游演艺、景区夜游和沉浸式街区体验项目,创新拓展打造夜游、夜购、夜秀、夜娱等夜间消费新场景,丰富文旅沉浸式消费体验。

目前,亭子码头、百益·上河城、“三街两巷”、东盟盛天地等夜间经济集聚区引入了文化氛围浓厚的沉浸式夜间文旅业态;青秀山风景区、南宁方特东盟神画、百益·上河城等成为夜游网红打卡地;“三街两巷”、邕江南岸片

区、南宁市东盟文化和旅游片区入选国家级夜间文化和旅游消费集聚区,“中国不夜城 浪漫夜南宁”影响力持续扩大。

4月17日至5月23日,由文化和旅游部、广西壮族自治区政府主办的纪念西南剧展80周年暨第八届全国话剧优秀剧目展演在广西举办。42部剧目在南宁、桂林两地共计演出80余场,吸引观众4万余人次,演出总票房破百万元。其间,同步开展了“广西有戏”演艺消费季专属卡、广西文惠卡发放和微博抽奖等活动。

入境旅游提质发展

6月19日至24日,新加坡工艺教育学院一行35人组成的研学团在南宁市开展研学交流活动。多位研学团成员表示,南宁的历史文化、美景美食给他们留下了深刻印象。

今年以来,南宁市紧抓机遇,多管齐下大力推动入境旅游持续升温。今年1月至5月,南宁市接待入境过夜游客4.54万人次,同比增长169.62%。

今年以来,共有5批近500名越南专业旅行商来邕考察踩线,并与南宁市文化和旅游主管部门及行业代表进行交流座谈。旅行商游览参观了邕州古城·三街两巷、南宁园博园、百里秀美邕江、南宁之夜等热门旅游景区(点),对南宁市优质的旅游资源和旅游购物环境大为赞赏。旅行商们纷纷表示,在景区内看到很多东盟元素,感到十分亲切。今后会将南宁作为到中国旅游的必打卡点,推介给更多客人,希望进一步加强与南宁市旅游界的交流合作,实现两地旅游资源互推、游客互送。南宁市文化广电和旅游局相关负责人表示,将为各旅行社提供全面服务,优化入境旅游产品和线路,策划打造一站式入境旅游服务站点,为入境旅游发展提供更多便利。

南宁市有效推动入境旅游支付友好不“见外”,积极打造邕州古城·三街两巷支付便利性先行区。南宁吴圩国际机场是广西最大的机场,也是面向东盟的门户枢纽机场。为提升广西“入境第一站”支付体验,更好满足外籍来桂游客便捷、多样的支付服务需

求,广西金融等多部门合力打造了南宁吴圩国际机场境外来宾支付服务中心,构建更优质、开放、包容的支付服务体验。

日前,南宁市文旅、金融办等相关部门协调联动,通过加密布设星级饭店、A级旅游景区等重点文旅场所的外卡POS机和外币兑换点等措施,

绍:“我们组织旅游协会、旅行社、文艺先锋队赴哈尔滨、长春等地,开展进景区、进校园、进商圈文旅推介活动。同时,向全行业发起倡议,引导旅游经营单位及从业人员优化产品供给、诚信经营、热情待客,让游客乐游南宁。”

南宁市文化广电和旅游局还搭建了“南宁老友和东北老铁双向奔赴”



外国游客在南宁青秀山景区赏花

为入境游客提供更方便的消费场景,努力提升南宁市入境旅游支付便利化水平。

抢抓“流量”变“留量”

今年1月,南宁11位“小砂糖橘”哈尔滨研学旅游火出圈,形成一场南北文旅大互动。南宁市文化和旅游主管部门借机强化旅游宣传推介,深化对内开放合作,将网络的“流量”变成消费的“留量”。

南宁市文化广电和旅游局抢抓“小砂糖橘”网络热点,组织旅游企业赴东北开展“南宁老友与东北老铁交换冬天”南宁文化旅游系列宣传促销活动,深度宣传推广“冬春游南宁”精品旅游线路,积极引客入邕,进一步深化南宁与哈尔滨的文旅交流合作。双方还签订了文旅交流合作战略框架协议、“交换冬天 互送游客”合作协议。

“小砂糖橘”热点出现以来,南宁市文化广电和旅游局快速响应,主动作为,积极开展宣传推广工作。南宁市文化广电和旅游局相关负责人介

“广西文旅组团到东北回礼”“南宁老友和东北老铁交换冬天”等互动话题,与媒体平台共同合作开展直播活动,推出以“交换冬天”“冬春游南宁”为主题的原创推文、多部短视频,在新媒体矩阵全面宣发,取得了良好宣传效果。1月1日至9日,南宁市接待国内游客同比增长38.59%,其中,东北三省游客同比增长112.96%。迎来越南游客团体,国内北京、上海、广州、四川及东北三省的旅行团145个,实现旅游收入同比增长81.28%。

今年上半年,黑龙江、广州、曲靖、吉林等省市也走进南宁开展旅游推介,共促客源互送。

下一步,南宁将组织筹办文化旅游消费大夜市(南宁主场)系列促消费活动,2024年广西全域旅游大集市等活动,大力发展夜间经济,大力实施“串珠成链”工程,不断丰富文旅业态和产品供给,拓展文旅消费空间,吸引越来越多游客前来旅游、购物,不断激发消费新活力,助力首府经济社会高质量发展。

四川尚锦酒店集团:加强“内功修炼”提升服务品质

“从办理入住到日常服务都能迅速响应需求,这家酒店无论是在硬件设施还是在服务上,都完全超出了我的期待,让我的旅程变得更加难忘。”一名游客日前入住四川尚锦酒店后写下如此评价。这也是该酒店从三星级迈向四星级提升服务品质的一个缩影。

今年以来,四川尚锦酒店集团紧跟时代步伐,坚持守正创新、提质增效、融合发展原则,不断加强“内功修炼”优化服务,积极为游客打造“川味”旅游体验,展现现代旅游酒店企业的责任与担当。

创新提升服务品质

川剧变脸、看大熊猫、在成都街头Citywalk(城市漫步)……作为四川的本土酒店品牌,尚锦酒店集团积极挖掘成都在地文化,将成都休闲时尚潮流与传统文化结合,把川西老成都文化、三国文化、熊猫文化等元素融

入酒店的服务与产品中,推出各类主题宴会、茶歇等,让游客在入住过程中感受到浓厚的四川文化氛围。

在“川味十足”的文化体验基础上,如何进一步提升精细化管理水平?事实上,尚锦酒店集团早已将精细化管理延伸到酒店的各个角落,采用分区、分层、分流向、分颜色、分责任进行管理,让客人在入住酒店的每一个环节都能拥有良好的体验。

提质升级的背后,还有尚锦酒店集团对创新的不断追求。“我们以酒店品牌提档升级改造为契机,建立规范、形成样板,逐步在各酒店全面推行,从而改善工作环境、提高工作效率、降低运营成本,并在实践中不断探索创新,逐步形成一套更加系统、完善、科学的精细化管理体系。”尚锦酒店集团相关负责人介绍,酒店还成立了个性化服务创新研究小组,着眼酒店行业经营、服务与管理领域新理论、新政策、新模式、新理念、新方法,定期开展各项服

务品质提升工作,不断优化业务流程,提高服务效率,为游客提供更加具有特色的产品及服务。

值得关注的是,为进一步提升酒店服务品质,“尚锦酒店服务与管理创新研究院”应运而生。该研究院设立了前厅销售、客房、餐饮、工程技保、酒店后勤服务与管理创新推进项目组,加强对酒店服务设计、创新工作的引领与督导,有效提高了各级管理人员服务与管理水平。

打造绿色入住场景

作为旅游出行的重要消费场景,酒店逐渐成为培养大众节能减排、低碳环保意识的阵地。早在2023年中秋国庆期间,在《成都市旅游住宿业绿色低碳 绿色消费宣传动员行动方案》的动员引导下,成都市各旅游住宿业主体纷纷出奇招、展亮点,通过各种激励措施,持续推广绿色低碳环保理念,带动住客共同践行绿色环保

生活方式。

在尚锦酒店集团相关负责人看来,绿色酒店与智慧酒店将成为酒店标配,“绿色健康”酒店也将得到更多旅游者的青睐。

“酒店还积极采取节能减排措施,践行可持续发展理念,为每一位来访者提供绿色环保的住宿环境。”住客留下的这条评论,更让尚锦酒店集团坚定了绿色智能的可持续发展之路。

近年来,尚锦酒店集团积极响应绿色发展的号召,坚持绿色运营,打造绿色饭店,全面提升健康安全、环保卫生方面的质量和管理水平,积极倡导绿色健康的服务理念和绿色健康旅居生活,加大以绿色健康为主题的服务产品设计开发力度,加快升级绿色低碳服务,为游客提供一个绿色、健康的旅游环境。

与此同时,针对消费者对智能酒店的需求和趋势,尚锦酒店集团

不断推进产品智能化的提档升级,进一步优化酒店服务流程,为客人提供智能化、自动化和个性化的服务,以及更加便捷、舒适、安全、绿色的入住体验。

人才培养乘势“上分”

随着文旅市场回暖,酒店行业韧性复苏,尚锦酒店集团也在人才培养方面乘势“上分”。近年来,尚锦酒店集团通过定期的内部培训和外部进修,不断增强员工归属感,激发积极性和创造性,提升员工的专业素养和服务水平,形成酒店的核心竞争力。

尚锦酒店集团从各级管理人员中考核,选拔一批责任心强、业务过硬、善于带教的内训师编写培训课程,采取线上与线下相结合的方式,以质检案例分析、情景演练、岗位练兵等多种形式开展培训,不断提升员工的实际操作水平和岗位技能。

此外,尚锦酒店集团还与业内标

杆酒店建立互帮互助合作关系,组织各级管理人员及优秀员工前往标杆酒店交流学习,提高旅游服务质量。

多样的培训场景也成为尚锦酒店集团人才的“技能加油站”。近年来,尚锦酒店集团不断完善关爱工程,积极为员工提供自我展示平台,并结合个人发展需求提供职业规划建议,助力酒店持续发展与创新。

不仅如此,尚锦酒店集团还组建尚锦酒店服务与管理创新研究院专家智库,集聚各方面专家人才,充分发挥专家对尚锦服务与管理提升研发的引领和带动作用,针对专项研究项目提供顾问与帮扶,为公司高质量发展和建设提供专业支撑和智力支持。

下一步,尚锦酒店集团将全面贯彻落实全国旅游发展大会精神,推动文化和旅游深度融合,坚持“硬”设施和“软”服务齐头并进,不断提升旅游接待能力,为游客提供更加优质、有特色的旅游体验。

