

酒店服务更注重卫生 景区尝试用直播拓展业务

旅游业呈现个性化、体验好、追求性价比趋势



□ 本报记者 李豪悦

相关调查显示,随着疫情被逐渐控制,超过60%的消费者今年依然会考虑出行。值得一提的是,疫情在改变消费者出行习惯的同时,也正在改变大众所熟知的旅游产品,更多个性化的、贴合疫情下消费习惯的新产品,正在快速涌现。与此同时,因疫情而诞生的“云旅游”在未来也将朝着常态化发展。

酒店服务重心出现变化

消费者对酒店卫生的重视程度,正呈现出前所未有的增长趋势。今年“五一”小长假期间,华住集团针对住客的调研数据显示,如今消费者对酒店卫生环境的重视度,从过去的73.7%上升到94.2%。“无接触服务”“独立餐饮”“独立通风”等关键词成为消费者选择酒店时重点关注的几个方面。

而消费者对环境卫生的高度重视,自然也促使一部分企业将环境消杀、无接触等服务放在酒店介绍的项目位置。6月14日,记者在浏览飞猪、携程、去哪儿旅行等几大旅行平台的酒店选择页面后发现,去哪儿旅行平台已经开始对所有定时消杀的酒店,都在醒目位置增加“安心住”标签,消费者能一目了然地看到,哪些酒店可以做到全区域每日消毒和无接触服务,以及该酒店14天是否发现病例。

此外,记者还看到,在去哪儿网平台显示的“安心联盟”,已有锦江集团、住友集团、华住集团、铂涛集团等8个酒店连锁企业加入。

对此,旅游观察者 Mario Gavira 认为,由于疫情原因,消费者对酒店卫生和健康标准的信心会很难建立起来,因此酒店不得不把营销工作的首要重点,转移到清洁和消毒标准上来。

新型旅游产品出现

消费者旅游出行需求的变化,不仅在影响酒店的宣传重点,在目前国外游的可能性微乎其微的情况下,国内开始出现更适合当下的旅游产品。

直播旅游对行业的积极影响不言而喻。

疫情期间,全国8大知名博物馆通过淘宝直播吸纳千万观众,做到“云春游”;飞猪数据显示,疫情期间消费者观看旅游直播等内容的时间不断延长;数据则显示“五一”期间,旅游平台通过直播帮助4000个景区景点吸引流量,且目前超过70%的核心商家开展了直播业务。

但随着疫情在全国范围的逐步控制,如今除了极个别城市,全国多个省市的旅游景点都已开放并接纳游客,那么,直播

旅游的模式是否会随着疫情的缓解而消失?

“云旅游”或将常态化

直播旅游对行业的积极影响不言而喻。

疫情期间,全国8大知名博物馆通过淘宝直播吸纳千万观众,做到“云春游”;飞猪数据显示,疫情期间消费者观看旅游直播等内容的时间不断延长;数据则显示“五一”期间,旅游平台通过直播帮助4000个景区景点吸引流量,且目前超过70%的核心商家开展了直播业务。

但随着疫情在全国范围的逐步控制,如今除了极个别城市,全国多个省市的旅游景点都已开放并接纳游客,那么,直播

旅游的模式是否会随着疫情的缓解而消失?

对此,郑迅表示,“以我们自身为例,

直播帮助我们在疫情期间,很好的和商家团结到了一起。这一期间商家在时间上

有需求和我们配合起来,他们都可以直播

给他们业务上带来的变化,所以未来疫

情消失,这些商家也会继续使用直播去开

展自己的业务。”

邹媚娜则认为,旅游直播对这个行业来说是新的业务,而新的业务意味着新的商家进入这个领域。我们今天看

到的旅游行业所有的新鲜玩法,并不只

是因为疫情。现在新业务可能基于抖音,基于攻略网站,基于直播,这些是经

过摸索和沉淀的,所以疫情期间产

生的东西不可能消失,更多的是趋

向常态化。”

事实上,故宫自2015年便开始实行

门票预售和“限流8万”政策,这实际上

就是“门票预约、分时游览”的有益探

索。然而,相比之下,国内一些并非文

化遗产的冷门景区,也实行旅游“预约制”,

显然意义不大。可见,实行旅游“预约制”,

不言“一刀切”。

换言之,旅游“预约化”,还须行业

管理“精细化”。“预约制”绝非简单的

管理手段,当前尚需进一步完善相应的技

术和服务,确保这项工作精细、精准。

同时,游客也要改变观念,明白“预约

制”不是阻碍而是保障。再者,“预约

制”作为一种新的旅游理念,还需旅游

行业各细分领域,上中下游主体共同开

发,整合旅游资源,完善服务技术和渠

道,满足游客多元化旅游体验。此外,

发挥价格调节作用,通过适时涨价、平

时降价等方式,去限制和分流游客量。

特别是,一些相对较冷的景区,应把主

要精力投入到营运模式的创新,谋划一

些活动项目、游客参与性的项目以及积

极的消费项目,去吸引和分流游客。

丰台市场监管局之窗

丰台区市场监管局精准施策 助力行业转型升级

酒吧作为人员密集、流动性大的特

殊行业,是疫情防控重点,也是受疫情冲

击最大的餐饮业态之一。为了防控疫

情,帮助企业纾困解难,促进就业,恢复经

济,丰台区市场监管局坚持问题导向,

精准施策,助力酒吧行业转型升级,有序

发展。一是科学研判,困难清单再明

化。为后期指导转型升级奠定稳固基

础,有利于实现科学、精准、有效监管。

二是菜单选择,指导服务再优化。

根据酒吧企业转型需求和现存困难,开通绿

色审批通道,快审快批,帮助企业增加食

品经营项目类别。三是筑牢基础,品质

提升再强化。加快扶持酒吧转型升级后

的品质再提升,推进“阳光餐饮示范店”

建设,督促各转型企业落实阳光餐饮工

程,提升服务品质、规范管理水平,做好

垃圾分类等,营造企业诚信自律的良好

经营氛围。(裴名巍 钟莹)

旅游的模式是否会随着疫情的缓解而消失?

对此,郑迅表示,“以我们自身为例,直播帮助我们在疫情期间,很好的和商家团结到了一起。这一期间商家在时间上有需求和我们配合起来,他们都可以直播给他们业务上带来的变化,所以未来疫情消失,这些商家也会继续使用直播去开展自己的业务。”

邹媚娜则认为,旅游直播对这个行业来说是新的业务,而新的业务意味着新的商家进入这个领域。我们今天看到的旅游行业所有的新鲜玩法,并不只是因为疫情。现在新业务可能基于抖音,基于攻略网站,基于直播,这些是经

过摸索和沉淀的,所以疫情期间产

生的东西不可能消失,更多的是趋

向常态化。”

事实上,故宫自2015年便开始实行

门票预售和“限流8万”政策,这实际上

旅游“预约化”还须“精细化”

受新冠肺炎疫情影响,各地景区在恢复开放中,普遍实行“门票预约、分时游览”的举措。业内人士认为,此举不只是适应疫情的应急之策,更契合智慧旅游发展潮流,或将成未来新常态。不过尚需完善技术和服务,尽量避免“一刀切”僵化实施。

不同于以往“说走就走的旅行”,在“无预约不出游”渐成常态的趋势下,如何让游客“来之能游、游之能乐、乐之能返”,实现旅游市场的高质量发展,成为游客和从业者的共同期待。

世界上许多的国家公园,实行旅游预约制度,从表面来看,这将使一些游客不能随时进入景区,但实际上却改变了过去游客拥挤而至、过度集中的状况,让游客有序分散地进入游览,既保护了景区和文物古迹,又保障了游客的参观质量和旅游体验。

事实上,故宫自2015年便开始实行

门票预售和“限流8万”政策,这实际上

就是“门票预约、分时游览”的有益探索。然而,相比之下,国内一些并非文化遗产的冷门景区,也实行旅游“预约制”,显然意义不大。可见,实行旅游“预约制”,不言“一刀切”。

换言之,旅游“预约化”,还须行业管理“精细化”。“预约制”绝非简单的管理手段,当前尚需进一步完善相应的技

术和服务,确保这项工作精细、精准。

同时,游客也要改变观念,明白“预约

制”不是阻碍而是保障。再者,“预约

制”作为一种新的旅游理念,还需旅游

行业各细分领域,上中下游主体共同开

发,整合旅游资源,完善服务技术和渠

道,满足游客多元化旅游体验。此外,

发挥价格调节作用,通过适时涨价、平

时降价等方式,去限制和分流游客量。

特别是,一些相对较冷的景区,应把主

要精力投入到营运模式的创新,谋划一

些活动项目、游客参与性的项目以及积

极的消费项目,去吸引和分流游客。

端午佳节版画艺术家杨锋推出抗疫系列作品

五月五,端午到;赛龙舟,真热闹;吃粽子,饮雄黄;带香包,挂艾草。

我们都应该知道,端午节要吃粽子,很多地方还有赛龙舟、饮雄黄、挂艾草、菖蒲、佩香囊、拴五色线、贴五毒图等习俗。但很多人不知道,中国端午的传统民俗中还有一项很重要的内容——挂钟馗画像。

端午为什么要挂钟馗画像呢?我们还是先来说说钟馗。古书记载他系唐初长安终南山人,生的铁面虬鬓,相貌奇异。然而却是个才华横溢、满腹经纶、学富五车、才高八斗的人物,平素正气浩然,刚直不阿,待人正直。钟馗是中国传统道教中,被寄寓祈福纳财、赐福镇宅、家宅平安之意。

端午悬挂钟馗图像是相沿积久的民风习俗。因此,端午时节悬挂钟馗图像是有深刻寓意的。

近日,版画大师、西安美术学院教授、博士生导师、中国美术家协会版画艺委会委员杨锋教授,倾情创作了一幅钟馗题材的版画,希望通过画面和刻刀表达抗击疫情必胜的信念,让带着美好祝福的艺术作品飞入百姓家庭。本报读者优享,真迹不贵欲购扫码!



版画大师杨锋钟馗版画



农为百业基 肥乃丰收宝

——平陆县金牛肥业有限公司

诚信经营 品质保障

成立以来,平陆县金牛肥业有限公司在生产经营过程中,一直秉承着诚信经营的理念,勇于参与市场的良性竞争,使“金牛”品牌拥有良好口碑。坚持“服务至上,用户至上”的原则,使金牛肥业在有机肥料中赢得了广大的客户的信任,树立了良好的企业形象。

在城市2018年耕地质量提升工程核心示范区创建评比活动中,金牛肥业共建7个耕地质量提升工程核心示范区,耕地面积共2530亩,具备科学施肥社会化服务组织基本条件,因能为农户提供“测土、配方、配肥、供肥、施肥”指导科学施肥,因此获得2018-2020年度运城市科学施肥社会化服务示范单位。

平陆县金牛肥业坚持以“诚信为本,稳健经营”的方针,2018年被荣选为全国重合同讲信用的AAA级企业;同年在全国绿色环保产品宣传推广活动中,被评选为中国绿色环保产品,并给予重点宣传和推广;在2018年全国3·15诚信企业宣传推广活动中,被评选为中国3·15诚信企业。

平陆县金牛肥业坚持“诚信为本,稳健经营”的方针,2018年被荣选为全国重合同讲信用的AAA级企业;同年在全国绿色环保产品宣传推广活动中,被评选为中国绿色环保产品,并给予重点宣传和推广;在2018年全国3·15诚信企业宣传推广活动中,被评选为中国3·15诚信企业。

技术创新 高效管理

为了方便农户,响应科技兴农的号召,金牛肥业在众多施肥生产厂家里挑选测评,经过实地测试2F-30型自走式多功能施肥机,每小时施肥约4亩地,购进20台,同时安排20名专项人员进行操作和维修学习,来帮助没有时间和精力去手动施肥的农户。

在技术上,技术服务人员配备完善合理,既有技术骨干成员带领整个技术队伍,也有中坚力量对产品研发、生产和营销各环节一一把关,还有一般工作人员扎实基本功,打好企业的地基。技术服务人员除了不断更新和积累理论知识,还可以到交货使用地进行技术培训、使用方法等讲座,有利于在实践中很好的落实。

在管理上,公司建立了一整套完善的售后服务体系及服务流程,并配备专业的技术人员,保证整个售后服务能及时地实施。实行经理、技术负责人负责制,加强技术管理的有效性和研发过程的科学性、准确性。

除了技术研发,还承诺对使用农户提供技术培训,指导帮助农民做到科学用肥;承诺货物在质保期内如出现质量问题,保证及时免费更换,遇到问题最快在1小时内派赴专家赶到现场,重大问题专业人员也能最多在3小时内赶到现场,做到立足农村,助力农民。

有机定制 生产绿色

在种植农作物时,土壤中的微量元素95%以不溶态形式存在,不能被植物吸收利用,而有机肥,很快就能把植物必需的矿物元素溶解,变成可以被植物直接吸收利用的营养元素,增加土壤的供肥能力。

平陆县金牛肥业有限公司立足农业,以农业无害化生产为宗旨,积极参与运城耕地质量提升工程项目,利用有机肥替代化肥模式,通过到厂参观、下乡培训、地里授课模式,在平陆县常乐镇、圣人涧镇、张店镇分别建立了苹果示范区和药材示范区,面积达2530亩,全国各地示范区基地面积达120万亩。

金牛肥业生产的有机肥料产品以牛羊粪污为主要原料,添加一定量的有益菌,采用先进的生产设备和科学的工艺流程通过无害化高温发酵进行灭菌、腐熟和降解,产品营养全面,富含多

