

齐鲁冬游渐升温 文旅惠民揽人气

11月接近尾声,中国北方大部分省份进入旅游淡季,景区、民宿、酒店等经营受到不同程度影响,客流量下滑、人气减弱,加上今年受新冠疫情影响,人们对出行更加谨慎。

在煎熬中复苏的文旅业如何持续回暖?怎样让冬游“淡季不冷”?“好客山东”积极筹划行动,围绕特色制造“爆款”,策划线路“安利”精品,盘活冬季旅游资源,并借文旅惠民消费季聚拢人气,将“冷消费”烘成“热经济”。

冰雪温泉组合发力 休闲康养备受追捧

滔滔汤泉,热气氤氲。记者近日走进潍坊弘润温泉小镇,在现场看到,药浴、精油浴、花瓣浴……50余个特色温泉汤池分布在室外的青葱山林中,给游客带来丰富的“泡汤”体验。

“我们夏天有水乐园,冬天主打温泉浴池,客流主要来自家庭亲子、商务出游。”弘润温泉小镇总经理韩永国向记者介绍,为丰富游客的健康养生体验,他们今年新增免费的艾灸服务,让人们在沐浴温泉后,再感受艾灸理疗,顺便普及养生知识,让更多人意识到健康是一种生活态度与方式。

韩永国说,他们以健康养生为理念,坚持“品质+效益”双驱动,培训每位工

人员懂中医养生知识,了解温泉理疗的作用,于细微之处为宾客提供优质服务。“未来我们仍会侧重开发与健康养生相关的文旅产品,提供灵活的组合套餐,满足消费者个性化需求。”

催热山东冬游经济的不仅有温泉,还有滑雪游。位于青州云门山四季滑雪场既受到周边各地滑雪爱好者的欢迎,同时吸引中小学生、高校学子前来上滑雪课。

据该滑雪场总经理吴刚云介绍,滑雪场现已探索出“文旅+教育”的新模式,与青州市及周边县市中小学、幼儿园和培训机构合作,开展研学课程,并与高校签订合作协议,推动冰雪运动进校园。“我们每周平均开设12节课,已培训高校学生2万人,下一步打算增加户外拓展基地,对配套设施进行提档升级。”

察觉到冬游经济市场空间广阔,同在青州的九水峪景区也欲“一杯分羹”。山东九水峪旅游有限公司总经理边永胜在接受采访时说,尽管该景区现在有高空玻璃桥、丛林漂流、主题乐园等多样化旅游资源,但每到冬季,仍会出现游客稀少的现象。“为保11月到2月的淡季客流不断,我们计划明年推出温泉洗浴、山体滑雪场等冬游产品,结合康养文化,让游客在这里静享慢生活。”

在11月初举行的2020“冬游齐鲁·

好客山东惠民季”启动仪式上,山东省文化和旅游厅厅长王磊曾表示,该厅将大力出台一批优惠政策,着力丰富一批冬游产品,创新推出一批线路活动,结合春节等重要节点,线上线下齐发力,形成冬季旅游连续爆点,掀起文旅产业消费复苏的新高潮。

文旅消费让利于民 带动企业“破冰回暖”

为期4个月的2020“冬游齐鲁·好客山东惠民季”在11月初拉开帷幕后,山东不仅陆续推出温泉康养、滑雪健身、文化体验、民宿打卡等10大特色主题、100多条精品线路,还继续加大文旅消费优惠力度,让民众共享文旅融合发展新成果,实现了让文旅消费在常态化下“动起来”“热起来”的效果。

“山东文旅惠民消费季为全国促进文旅消费探索了模式,积累了经验。”山东省文化和旅游厅产业发展处处长张百利表示,今年惠民消费季有效助力疫情常态化下文旅企业的复苏发展,在推动社会经济效益提升方面取得良好成效,实现了让文旅消费在常态化下“动起来”“热起来”的效果。

消费季期间,山东省、市、县三级发放使用文化和旅游惠民消费券1.5亿元,直接带动消费9.84亿元,间接带动消费达115.16亿元,撬动企业线上、线下让利17.04亿元助力惠民。

“疫情形势稳定后,人们出门看演出的意愿也不是很强。惠民消费券的发放给我们带来了吸引人流机会。”

体育惠民持续发力

第三届“国网杯”网球公开赛开打

11月28日,第三届“国网杯”网球公开赛在国家网球中心开赛。本次赛事由北京世奥森林公园开发经营有限公司主办、北京市网球运动协会协办。

“国网杯”作为国内最有号召力的业余赛事之一,吸引全国众多网球爱好者争相参与,最终224名球友取得参赛资格。比赛共进行224场,分为男双甲组、男双

乙组、混双和女双四个项目。赛事专门设计冠军奖杯和亚军奖牌,和其他大型赛事采取单淘汰制不同的是,第三届“国网杯”网球公开赛采用先进行小组循环,再采用淘汰赛,最后竞争冠军的赛制。

依托国家网球中心在赛事保障方面的丰富经验,此次“国网杯”根据当前疫情形势,从前期报名到后期开赛,主办方全

方位做好疫情防控保护工作,现场还专门设立紧急医疗救助和运动康复服务。健全的机制、业内领先的领导力得到了中体一方、齐动力网球、百动腾飞、中强体育、好动网球五家网球培训机构和大成仓、海德、安德鲁水果食品、6699运动防护、疲劳恢复中心等企业的大力支持。

国家网球中心作为后奥运时代运营

开发的典范,拥有国内数量最多、规模最大的网球场馆群,秉承着体育惠民的理念,充分利用场地优势,积极地为更多网球爱好者搭建同场竞技、平等参与、自我展示的平台,共同促进网球事业的发展。随着越来越多重大业余赛事在这里举办,国家网球中心成为了全国网球爱好者心中无可争议的“网球圣地”。

据悉,本次活动作为第八届北京惠民文化消费季系列活动之一,为北京市民提供高品质文化活动和产品,提振文化消费市场。“云享文化 京彩生活”更多“京彩”活动将持续推出。

主动迎“变” 浙江红石梁集团加速发力大健康产业



浙江红石梁集团济公家酒坊有限公司一角

□ 本报记者 毛华敏

向健康产业逐步挺进是浙江红石梁集团既定的长远战略,但是,“计划不如变化快”,连红石梁人自己都没没想到,一场始料不及的疫情,不但没有将红石梁打趴下,反而令其加速向大健康产业发力。

当疫情冲击百业时,如何在特殊时期化危机为机遇、化被动为主动,顺应形势积极布局健康产业,成为检视红石梁集团应变能力的一场考验。

研发新产品 寻找新增长点

浙江红石梁集团有限公司始创于1958年,位于济公故里天台,是一个拥有浙江红石梁集团济公家酒坊有限公司、天台山乌药有限公司、红石梁热电有限公司、浙江红石梁房地产开发有限公司、浙江红石梁健康科技有限公司、天台博丰混凝土有限公司等企业的多元化产业集团。曾经有过全国首创低度淡爽啤酒的辉煌。

近年来,红石梁集团积极布局健康产

业,对传统黄酒、古法红曲酒进行创新开发,对天台山特有道地药材乌药、黄精等研发利用,为广大消费者提供大健康产品。济公家酒、台州牌保健品已成为天台大健康产业的金名片,是省级、国家级老字号品牌,也是天台国家级非物质文化遗产“济公传说”“桃源仙仙”物化、具体化、产业化的龙头企业。但是最近几年,红石梁也面临着遭遇健康好项目的困境,一时出现了布局健康产业的瓶颈问题。

“红石梁集团本身就拥有一个健康科技公司,只是这几年,公司因为没有好项目,一直没有大的进展,现在反倒是一个好契机。”红石梁集团总经理陈杰明说,随着疫情在全球蔓延,红石梁集团对疫情形势和市场新旧抗疫物资制造进行分析,果断决定立刻上马一款与美国 Nanovo 公司共同研发开发的免洗消毒凝胶项目,从决策到免洗消毒凝胶上市,只花了48天。

这48天,红石梁集团经历了厂房改造、设备采购及安装、产品外包装艺术设计、质量文件攻坚、相关资质审批、原料采购、产品的研制和试生产、销售对接等工作。期间,项目组召开了10次大型“作战”会议、无数次小型会议,商

讨、改进,再商讨,再改进,直至产品问世。4月22日,取得浙消卫字(净化)的生产许可证,4月23日,产品正式上市,这是前所未有的速度。不久,又完成了Reach检测,得到了出口欧洲资格,并完成了三款产品的美国FDA注册,取得可出口美洲的资格。

黄酒是浙江红石梁集团主导产业之一,在疫情面前,红石梁集团在稳固黄酒产业基本盘的同时,加强了以健康和年轻化为重点的米酒和青梅酒的开发销售力度。

在工艺上,红石梁济公家酒坊采用传统搭缸、全发酵清酿工艺,如此酿制而成的米酒色泽澄澈透亮,酒香清新、芬芳。“这款新研发的米酒口感柔和,口味香甜醇美,入口温润甘甜,米香飘逸,6度微醺,轻饮畅快,给人儿时的味道,让人‘忍不住想喝第二口。’”浙江红石梁集团销售总经理厉勇介绍。

济公家米酒还推出了米酒的几种创意吃法:米酒+冰块:冰镇爽口,微甜不腻的6度与冰块的完美结合,强烈唤醒舌头;米酒+气泡水:浓郁芬芳,回味无穷;米酒+柠檬水:酸甜爽口,一口下去润喉绵延。

“从没经历过这么严峻的疫情,我们召开形势分析会后,立刻确定了‘作战计划’,准备加速多运行多年来的规划,以健康科技公司为主战场,寻求新模式、新平台,让利终端等,精准发力,打响销售‘突围战。’”陈杰明说。

疫情期间,自媒体、圈层销售、直播带货、社区电商和线上平台等移动端销售火爆,济公家酒坊和乌药公司迅速围

侯栋说,他们所在的潍坊梦工场在6月份成为第一批文化消费季签约商户,暑期演出由原计划的10场增加到35场,剧场票价50元/100元/200元通过活动打5折,整个消费季安排演出124场次,使用省级消费券近13万元。

连续四年参加文旅惠民消费季活动的山东全景网络科技有限公司,在本届消费季中又做了一些有益探索和创新,策划举办非遗线上“云展会”活动,通过“一主播一传承人”的形式进行直播带货,让非遗传承人线上呈现非遗产品手工制作过程,使更多消费者认识和领略非遗背后的文化魅力。消费季期间,该公司共实现文旅消费217.6万元,使用消费券总额达59.5万元。

“山东文旅惠民消费季为全国促进文旅消费探索了模式,积累了经验。”山东省文化和旅游厅产业发展处处长张百利表示,今年惠民消费季有效助力疫情常态化下文旅企业的复苏发展,在推动社会经济效益提升方面取得良好成效,实现了让文旅消费在常态化下“动起来”“热起来”的效果。

消费季期间,山东省、市、县三级发放使用文化和旅游惠民消费券1.5亿元,直接带动消费9.84亿元,间接带动消费达115.16亿元,撬动企业线上、线下让利17.04亿元助力惠民。

(中 新)

开发的典范,拥有国内数量最多、规模最大的网球场馆群,秉承着体育惠民的理念,充分利用场地优势,积极地为更多网球爱好者搭建同场竞技、平等参与、自我展示的平台,共同促进网球事业的发展。随着越来越多重大业余赛事在这里举办,国家网球中心成为了全国网球爱好者心中无可争议的“网球圣地”。

据悉,本次活动作为第八届北京惠民文化消费季系列活动之一,为北京市民提供高品质文化活动和产品,提振文化消费市场。“云享文化 京彩生活”更多“京彩”活动将持续推出。



南京补贴文旅消费 助力文化市场繁荣

出一系列激励政策,让文化消费融入日常生活,“十三五”期间,南京文化建设硕果累累,全面提升城市文明程度,不断满足人民群众日益增长的精神文化需求,推进文化建设高质量走在前列。近日,南京市委宣传部组织多家媒体实地采访,亲身感受南京“十三五”期间文化发展成就。

在南京,通过“文客”手机程序,消费者可以查阅和购买近期所有被纳入政府补贴项目的演出剧目门票,获得门票价格10%-50%的优惠。这样的优惠价格,来自于南京市财政的演出剧目补贴。每年1500万元政府补贴,直接“送”到消费者手中,带来南京全市文化演出剧目票房每年30%以上的增长,作为国家文化旅游消费试点城市,“南京模式”不仅吸引越来越多的消费者走进剧场,更带来文化市场的繁荣。

据了解,截至今年9月底,已评选出15批次531台970场好戏补贴剧目,补贴比例10%-50%,直接补贴资金4755万元;政府补贴剧目已完成演出373部683场,累计票房超过2.3亿元,观众人次文化消费季系列重点活动之一,为北京市民提供高品质文化活动和产品,提振文化消费市场。“云享文化 京彩生活”更多“京彩”活动将持续推出。

“比起其他有的城市简单地将政府

文旅消费补贴发放到剧场、剧团,‘南京模式’对每一份补贴进行监管,让补贴能真正地到达消费者手中。”在南京文旅消费智能服务平台探访时,平台负责人龚奕奕向记者介绍。龚奕奕向记者介绍,文旅消费“南京模式”不仅仅是简单的补贴消费者,而是通过平台的公共智能化服务运用大数据统计分析,政府可以发现试点工作中的问题与不足,为政府提供实时、可视化的数据报告,并且保障财政补贴资金安全。

此外,通过售票,补贴直接到达消费者手中,带动南京演出市场消费规模大幅增长。从2018年开始,大量北上广深演出机构频繁进入南京,全国各地到南京申报补贴剧目机构已达200个。据数据显示,2017年南京演出市场票房同比增长38.7%,2018年同比增长42%,2019年同比增长34.6%。共69.9万用户通过平台获得政府惠民福利,获得政府补贴4500万元,演出票房2.16亿元,带动相关消费约6亿元。同时,这也对旅游、餐饮、住宿等其他行业拉动作用显著增强。“我们的补贴只有一个原则,即只补优,通过补优,让好的剧目价格降下来,让更多人能看到,让更好的剧目来南京。”龚奕奕说。(南 晨)

“新产品、新平台、新模式”三个重点,在线上招商、线上销售、优惠促销、新产品开发等精准发力,快速推进销售工作。

另一方面,因今年年初全国春季糖酒会无法如期召开,济公家酒坊提早布局,3月份便进驻9918好酒代埋网和云糖线上春糖等平台开展全国性招商,获取意向客户信息100多个,目前已有河南、内蒙古、山东、云南、广东、湖北、安徽等地签约发货。

乌药公司则推出乌药铁皮石斛人参颗粒买一盒送一盒的促销活动,并凭借微信公众号宣传,发动集团所有员工转发朋友圈。“防疫期间也是扩大销售的一次机遇,加之促销和宣传力度比较

大,济公家系列酒水等产品,同时,根据需求上线了阳光免洗手消毒凝胶等产品,并且系列土特产正陆续加入中。

为增强消费者的黏性,获取首批线上消费者成为红石梁系列品牌的铁粉,该商城对每人限购一件特定商品的费用进行大额返利,真切切地让消费者感受到网上购物的便利与实惠,从而获取大批忠实的红石梁拥趸。

由于当前正值加速布局健康产业之初,红石梁公司并没有把盈利放在第一位,而是把更多的利润空间留给了流通市场,因此吸引了不少经销商主动前来商谈合作。红石梁大健康产业已然驶上了快车道。



新产品消毒凝胶包装环节

“作为一家制造业企业,疫情之下,对公司来说既是生存危机,也是发展机遇,更是苦练内功的好时机。”陈杰明说,“最重要的是如何抓住这样的变数和机会,及时调整经营策略,不仅要顺利渡过疫情带来的生存与发展难关,更要突出重围,抢占市场空白点,开创公司发展新局面。”

今年6月,红石梁集团准备自建交易平台,上线“红石梁商城”。新上线的“红石梁商城”首推自产品乌药黄精颗

法院公告栏

魏顺超、王耀红、魏梦:本院受理原告魏顺超、王耀红、魏梦诉被告... 魏顺超、王耀红、魏梦:本院受理原告魏顺超、王耀红、魏梦诉被告... 魏顺超、王耀红、魏梦:本院受理原告魏顺超、王耀红、魏梦诉被告...

天津德拓国际贸易有限公司:原告天津德拓国际贸易有限公司与被告... 天津德拓国际贸易有限公司:原告天津德拓国际贸易有限公司与被告... 天津德拓国际贸易有限公司:原告天津德拓国际贸易有限公司与被告...

天津德拓国际贸易有限公司:原告天津德拓国际贸易有限公司与被告... 天津德拓国际贸易有限公司:原告天津德拓国际贸易有限公司与被告... 天津德拓国际贸易有限公司:原告天津德拓国际贸易有限公司与被告...

林林:本院在审理原告林林与被告... 林林:本院在审理原告林林与被告... 林林:本院在审理原告林林与被告...

辽宁省海城市人民法院:原告... 辽宁省海城市人民法院:原告... 辽宁省海城市人民法院:原告...

北京市昌平区法院:原告... 北京市昌平区法院:原告... 北京市昌平区法院:原告...

河北省邯郸市丛台区人民法院:原告... 河北省邯郸市丛台区人民法院:原告... 河北省邯郸市丛台区人民法院:原告...

李俊、袁俊:原告... 李俊、袁俊:原告... 李俊、袁俊:原告...

杨洁、赵彤、袁俊:原告... 杨洁、赵彤、袁俊:原告... 杨洁、赵彤、袁俊:原告...

魏小童、魏小童:原告... 魏小童、魏小童:原告... 魏小童、魏小童:原告...

张健民、王耀红:原告... 张健民、王耀红:原告... 张健民、王耀红:原告...

吉林省讯盟网络科技有限公司:原告... 吉林省讯盟网络科技有限公司:原告... 吉林省讯盟网络科技有限公司:原告...

魏小童、魏小童:原告... 魏小童、魏小童:原告... 魏小童、魏小童:原告...

魏小童、魏小童:原告... 魏小童、魏小童:原告... 魏小童、魏小童:原告...

魏小童、魏小童:原告... 魏小童、魏小童:原告... 魏小童、魏小童:原告...

魏小童、魏小童:原告... 魏小童、魏小童:原告... 魏小童、魏小童:原告...

魏小童、魏小童:原告... 魏小童、魏小童:原告... 魏小童、魏小童:原告...

魏小童、魏小童:原告... 魏小童、魏小童:原告... 魏小童、魏小童:原告...

魏小童、魏小童:原告... 魏小童、魏小童:原告... 魏小童、魏小童:原告...

魏小童、魏小童:原告... 魏小童、魏小童:原告... 魏小童、魏小童:原告...

魏小童、魏小童:原告... 魏小童、魏小童:原告... 魏小童、魏小童:原告...

魏小童、魏小童:原告... 魏小童、魏小童:原告... 魏小童、魏小童:原告...

魏小童、魏小童:原告... 魏小童、魏小童:原告... 魏小童、魏小童:原告...

魏小童、魏小童:原告... 魏小童、魏小童:原告... 魏小童、魏小童:原告...

魏小童、魏小童:原告... 魏小童、魏小童:原告... 魏小童、魏小童:原告...

魏小童、魏小童:原告... 魏小童、魏小童:原告... 魏小童、魏小童:原告...

魏小童、魏小童:原告... 魏小童、魏小童:原告... 魏小童、魏小童:原告...

魏小童、魏小童:原告... 魏小童、魏小童:原告... 魏小童、魏小童:原告...

魏小童、魏小童:原告... 魏小童、魏小童:原告... 魏小童、魏小童:原告...

魏小童、魏小童:原告... 魏小童、魏小童:原告... 魏小童、魏小童:原告...

魏小童、魏小童:原告... 魏小童、魏小童:原告... 魏小童、魏小童:原告...