

实践“三服务”理念,余杭旅游集团从点滴做起:

一条公交线,一场禅茶会,一个微信群 让旅游成为一场幸福感爆棚的体验

余新研

从杭州市区往西北方向,不到一小时车程,就到达了余杭大径山乡村国家公园区域。这个总面积381平方公里的土地,山水相依,传说曾是茶圣陆羽煮茶论经之所,有“日本茶道之源”之称的径山寺隐匿其中,境内还有“江南第一漂”的双溪漂流,旅游资源堪称得天独厚。

也因此,来大径山旅游,是一个很体现幸福感的选择。

一个好消息是,在接下来的几个月里,游客们选择来大径山旅游的理由又多了一个:4月20日到6月9日,第十八届“中国茶圣节”在大径山乡村国家公园拉开序幕,一场结合了径山旅游资源和文化底蕴的盛大节日,让“径山”这一品牌再次成为世人瞩目的焦点。



一场提升全民幸福感的盛会:

互联网+国风文化, 打造最时尚“茶圣节”

实际上,对大径山乡村国家公园的管理方:余杭旅游集团和其下属公司杭州余杭径山旅游度假有限公司来说,这场为期50天、以茶圣陆羽为灵感的“中国茶圣节”,并不轻松。

对于大径山区域的资源定位,旅游集团上下有着清醒的认识:

大径山内竹林密布,不管是自然资源还是文化底蕴都不输给周边地区,但就目前旅游人次及影响力来看,相对周边安吉、德清等地,稍显不足。

要在这50天中集中体现径山‘禅茶文化’的特点,还要为当地旅游、文化、商业带来新的机遇,余杭旅游集团该怎么做?

在多方调研后,余杭旅游集团给出了自己的答案:

“今年的茶圣节,我们特别新增了几项内容:比如结合径山传统文化底蕴打造国风市集,邀请四个乡镇推荐优质企业入驻;免费提供展位,请当地茶农来展销自己的好产品;我们还首次和知名旅游企业‘驴妈妈’合作,打造‘一日游’路线,届时可以持续引流游客,带来新一波商机。”

这一系列动作,最终无非是为了一个目标:以“互联网+国风文化”的创新形式,整合资源,打造一场真正能“服务企业、服务群众、服务基层”的旅游文化盛宴。

让企业放心入驻,茶农开心经营,游客舒心消费。有时候,提升幸福感就是这么简单。

一条近20公里长的公交接驳线:

景区开通一年, 超过50万人次受益

不仅仅是一个“茶圣节”,在余杭旅游集团的日常工作中,对“服务企业、服务群众、服务基层”这三句话的实践,随处可见。

一个典型的例子,就是径山已经开通一年的景区交通接驳线。

大径山乡村国家公园景点众多,位于径山顶上的径山寺便是其中的重要一个,常有本地和外地的游客为了一睹名寺风采,不惜驱车前来,沿着盘山道一路开到山顶。

问题,也由此出现了:

“如果开车去径山寺,山顶车位有限,停车困难,山道又难开,很不安全;如果不开车,几十公里山路,怎么办?”

一条交通接驳线,应运而生。

这条公交线,起于径山旅游集散中心,一路直达径山寺,近20公里长,单程大约半小时左右,全年无休。

目前,在大径山乡村国家公园旅游集团381平方公里范围,旅游集团派驻了11名员工进行管理工作,工作量不言而喻。但对于这条景区接驳线,大家的想法都是一致的:一定要把它做好:

“使用的是公开招标的旅游车辆,质量好,安全系数高;周末和法定节假日还要增开班次,老百姓都很高兴,说不但上山方便了,而且因为山路上车辆少,走路也更安全了,连景区的形象都因此提升了。”

而一个数据也足以说明这条公交接驳线的重要:

2017年11月公交线路开通后,元旦、大年初一、国庆等重要节假日,单日运载量均超过1万人次;2018年一年,运载了50多万人次。

老百姓总是选择用脚投票。这一趟公交接驳车,确实真正开到了他们的心坎里。

而在余杭旅游集团的计划表中,我们还看到了这些内容:

今年上半年,将有一条全长2.2公里的径山古道完成修建。届时,游客可以沿着古道一路步行上山,且走且停,欣赏沿途美景。

未来,集团还计划开展修建一条径山索道,方便游客上山游览。

……

可以想见的是,在不久的将来,到大径山乡村国家公园旅游,确实将会是一种幸福感爆棚的体验。

一个从线上走向线下的微信群:

径山旅游联盟, 让管理方、商户和游客“三赢”

现在,余杭旅游集团还在做一件直接服务于群众、很接地气的事:打造一个“径山镇休闲旅游联盟”。

这个听起来很江湖的名字,灵感其实来源于一个微信群:群里的成员除了径山众多民宿、饭店的老板,还有政府工作人员和旅游

集团的员工。

最初建群的目的,是为了方便大家互相联络,交换信息。旅游集团方的工作人员作为联盟盟主出现,政府工作人员在其中起监督作用。

后来,大家渐渐发现,这个群的作用远不止于此。

这是一个让大家印象很深的例子:当时有个商户接到一笔百人用餐订单,远远超出了他的承接范围。本来这笔订单应该就此取消的,但是他在群里振臂一呼,立刻有人响应,接下了这笔单子。

这是一个“三赢”的成功案例,也给旅游集团提出了新的思路:如何将这一案例成功复制到线下?

旅游集团的回答很迅速:那就搭建一个信息平台,收纳全径山范围内的优质商户,让这个“微信群”变成一个“商户联盟”!

去年春天,径山旅游联盟正式建立。到如今约一年时间,已有50多名成员,后续入会者还在增加。

当然,入会的商户也都要通过严格的资质审核,入会后还要接受不定期的随访考察。

在旅游集团的初步设想中,这个联盟的存在,可以让商家互相交流情况,信息共享;遇到问题及时向旅游集团反馈,方便沟通解决;也可以让他们能根据游客的需求,提供精准服务:“比如有游客来径山旅游,只要找到我们的工作人员,提出需求,我们就可以从联盟中找到能够满足他要求的商户进行推荐。”

但计划不止于此:今年下半年开始,旅游集团将在联盟的基础上,搭建一个信息平台,一方面可以继续吸纳整个径山范围内商户,另一方面,可以依据平台完成对辖区内所有商户的大数据收集,并以此进行资源整合和相应监管。

显而易见的是,这个承接政府、商户、游客三方的平台一旦建成,又将是一个精准实现“服务企业、服务群众、服务基层”理念的重要媒介。

而对此,旅游集团有着更大的“野心”:

“一直以来我们也在思考,如何把‘三服务’理念真正落实到日常工作之中来。现在看来,我们的努力探索是有成效的。让来径山的每个人都玩的开心,这其实就是‘三服务’理念的最好体现。”