

# 文旅融合让苏州春节黄金周活动更加丰富多彩



副市长王彪检查旅游市场

2019年春节黄金周期间,苏州市文化广电和旅游局、市旅委办会同各成员单位高度重视安全工作,提前谋划假日旅游,认真组织开展接待、服务和管理各项工作,全市旅游市场呈现“年味浓、景区热、文旅融、秩序好”的基本特点,实现了“安全、秩序、质量、效益、文明”五统一的目标。

全市共接待海内外游客291.63万人次,同比增长3.54%;旅游总收入38.58亿元,同比增长6.49%;4A及以上等级景区门票收入5827.81万元,同比微升1.2%。

## 文旅融合,节庆活动丰富多彩

春节期间,苏州市文化和旅游局等部门策划设计了丰富多彩的文化民俗旅游节庆活动,共推出旅游活动149项,文化活动59项,文化展览34项,文艺演出19项,阅读活动19项,为市民和来苏游客营造浓浓的苏式传统年味和文化旅游氛围。

苏州博物馆推出的“博物馆里——清代苏州港民的收藏”特展持续吸引公众观展,再加博物馆本身的大师设计建筑和丰富馆藏文物7天共接待中外游客超过7万人次;苏州丝绸、民俗、篆刻、昆曲和评弹三

大博物馆在春节期间也推出了内容多样的参与体验类文化旅游活动,吸引游客超过10万人次。

苏州市各传统旅游景区推出了具有浓郁苏州特色的民俗节庆活动,虎丘景区举办的新春庙会,游客不仅可以观赏“开福门、大巡游、迎财神”等活动,还可以体验“福元宝茶、拓御碑、玩童乐、欣赏昆曲音乐会”,更可以与老外一起快闪迎春,观看首台虎丘灯彩,听音乐会吆喝,欣赏苏式花灯,活动可谓丰富多彩。留园举办迎春时令花展,营造赏花迎春的温馨喜庆氛围。水乡古镇周庄、同里、木渎、州直等地处处是年味儿,小桥流水边站满了留影拍照的人;昆山周庄迎财神和水乡生活还成为春节央视报道的重点旅游活动。

苏州山不多,但穹窿山、东山、西山、天池山、三山岛从生活民俗、到美食习俗,从放炮活动到亲子互动,一路热热闹闹、欢乐祥和,让来此度假过年的游客参与体验,感受到苏州山里人过年的热闹和喜悦。

阳澄湖半岛旅游度假区华谊兄弟电影世界春节迎来客流高峰,仅大年初二一天入园游客超过3万人次;金鸡湖景区春节期间客流涌动,

无论白天还是晚上人流不息,日访问量基本都在10万上下;诚品生活和苏州中心分别推出了具有文化内涵的民俗演艺活动,将传统文化与现代时尚完美结合在一起。常熟沙家浜结合阿庆嫂文化,推出拜年祈福和红包送福活动。张家港、常熟、吴江等部分景区还开展了书画、春联、插花、手工艺品展示,丰富节日旅游活动。

苏州图书馆、苏州美术馆、昆山人文馆、明·美术馆等均推出了面向市民和游客的文化艺术展览体验活动,共接待游客总数超过4万人次。

## 优质服务,全员上岗节日不休

为确保春节假日旅游服务到位,全市景区、酒店、交通、博物馆、气象、安全、警务、市政、园林、旅游等相关20多个涉旅部门和行业会员单位排班,24小时值守。

景区方面,全市重点旅游景区不但全员上岗,且上班时间更长。拙政园、吴中区光福等景区等重点景区还征用了临时保安、志愿者等做好游览提示、秩序维护,苏州博物馆等场所招募义工、志愿者开展秩序维护、定时讲解、客流疏导等工作。全市旅游咨询服务体系全员无休,200多个服务点共接待游客43万人次,咨询中心三个直营中心站共接待游客5.6万人次,同比增长12%。咨询中心还组织小志愿者服务队参与新春志愿服务,提供旅游咨询、客流引导。

苏州旅游官方微博、微信、网站坚持每日发稿,共计推送信息109条,发布最新旅游资讯、景区舒适度、交通信息、天气情况、文明旅游、安全旅游等各类信息。官方微博、微信、微博及时联合苏州发布、苏州公安、苏州交警、网易苏州、无线苏州等大号以及苏州新媒体专委会30多个成员单位共同加推预警信息,总阅读量达百万次,全网宣传,疏导客流。

苏州旅游热线共接到游客电

话480个,其中咨询旅游总人口188个,占39%;求助、反映旅游中遇到的问题61个,占12.7%。所有热线电话接通率100%。

苏州好行旅游巴士平均每天发人40辆次,累计发车1400多个班次,在换乘中心和东北街之间免费接送,累计运送游客4万人次,苏州好行旅游专线常规产品每天运营87个班次,共计接待游客4.5万人次。

## 高效管理,安全秩序一着不让

苏州市委、市政府及市旅委各成员单位从1月下旬开始即组织不间断的假日安全检查和抽查,市长李亚平、副市长王斌等分别带队对假日旅游重点单位进行了检查,王斌在对姑苏区东北街区域进行假日旅游安全和秩序检查时明确要求各地各部门进一步压实责任、落实措施,提前应对,确保春节假日期间全市旅游市场安全有序。市文广旅局执法人员坚持在岗在位,保持对旅游经营单位、重点景区、火车站、汽车站和游船码头的不间断巡查,始终保持对违法违规经营行为的高压态势。

大年初二下午,针对东北街区域游客暴胀,拙政园入园秩序管控难度大等突发情况,李亚平批示要

求市文广旅局会同园林局全力做好假日应对和秩序维护工作,王斌及时召集姑苏区、市文广旅局、园林局、公安局、城管局、交通局等单位在现场召开紧急会议,商议管控措施,有效应对初三更大高峰的来临。市园林局连夜增设隔离护栏,姑苏区临时增派保安人手,增设提示牌,市文广旅局通过线上线下多点、多渠道通知到每一个游客人口,采取有效措施妥善接待高峰。

春节期间,市旅游执法部门联合各旅委成员单位共开展旅游市场执法26次,出动执法车辆68台次,执法人员400余人次,姑苏区综合执法局和市旅游警察大队对旅游团队、旅行社及其服务网点、饭店、景区(点)、涉旅购物商场等开展了不间断巡查和检查,发现问题当场立即予以解决。据统计,共查处与旅游热点问题相关的可疑人员200多人,留置暂扣黄牛、野导、黑车司机30多人,有力保障了春节旅游市场秩序。

市旅游质量监督管理所通过多渠道接受的旅游投诉,建议求助共计71起,往年较多的一日游投诉问题今年春节没有出现,针对旅行社和导游的有费投诉也尚未接获。



## 苏州市旅游咨询中心获“2018年度新媒体公益爱心单位”称号



1月19日,“新益年”苏州市新媒体联合会年会上,苏州市旅游咨询中心荣获“2018年度新媒体公益爱心单位”称号。

年会上,苏州市新媒体联合会会长郑碧向29家积极参与新媒体公益活动的爱心单位代表颁发荣誉证书,回顾大家一年来对社会公益事业所作出的努力,鼓励2019年继续前行。

苏州市旅游咨询中心一直致力于给游客和市民提供最新、最全的苏州旅游资讯;同时组织各项公益活动,通过线上线下结合模式服务游客和市民。苏州市旅游咨询中心拥有火车站、东北街、凤凰街三个中心站,提供全年无休服务,月接待量超30000人次。为延伸咨询中心服务内容、提升服务品质,凤凰街中心站在传统咨询服务、旅游宣传、线路推荐、投诉接待、应急救援基础服务之上,还打造了旅游图书馆·行走书吧。

2018年,为推动苏州旅游志愿服务体系朝着专业化、项目化、品牌化方向发展,咨询中心还发动组织了“发现不一样的苏州”志愿者招募活动,吸引游客市民免费参与苏州旅游体验活动,不断扩大苏州旅游小“红”志愿服务队影响力,并让苏州市民共建共享全域旅游,新的一年,苏州市旅游咨询中心将继续做好公益服务。

## 苏州市培训旅游咨询服务人员更好服务游客

1月30日,苏州市文化广电和旅游局系统举办旅游咨询服务体系培训班,以提高旅游咨询服务体系管理水平,加强旅游主管部门与旅游企业间的信息互通,鼓励和引导旅游咨询服务机构的积极性和创新性。

各县市区旅游咨询中心、景区、社区、酒店、交通枢纽等180多家单位的相关负责人和咨询员250余人参加培训。

在培训过程中,旅游专家和老师用正反两方面的案例剖析了当前服务点运营过程中的先进典型和不足之处,对服务礼仪、服务理念以及服务引入等方面作出了具体的指导。

市文化广电和旅游局办公室主任梅峰给大家深入浅出地介绍旅游总人口的发展成果、重点项目及未来发展的方向,咨询中心工作人员黄叶和邵敏敏分别介绍了考核奖励规则,通报了年度考核成果和提示了咨询服务管理平台的操作流程。

此外,被评为2018年度最佳旅游咨询服务机构和优秀服务机构的代表金鸡湖景区游客中心、常熟东桥梅苑游船村、吴江区旅游咨询中心、甯杭高铁移动旅游咨询服务点的代表分别结合各自的运营模式、管理方法做了经验交流和分享。

## 「文化苏州云」让诗和远方为你带来一场文化之旅

1月26日,“文化苏州云”平台上线上首场文化之旅体验活动成功开展。此次活动由首批招募的3名文化体验官以及线上预订的15名市民共同参与,旨在通过一天的时间感受“文化苏州云”为广大文化爱好者提供的方便和福利,活动一经发布,短短30分钟内名额即被抢光,行程官站参观了苏州博物馆,由专业讲解员对《博物馆里——清代苏州港民的收藏》特展进行简短讲解,并在大家的满怀期待中参与了非遗热门体验——雕版印刷。

顺利结束博物馆的旅程后,体验官们来到了文化消费示范点现场,通过注册绑定市民卡A卡,领取到了苏州文化消费大数据平台上的50元优惠券,体验官们纷纷选购了自己心仪的文创产品。

第三站是赴昆剧院欣赏精彩折子戏演出,现场的体验官们直观地欣赏到剧中人物的身段和表演,近距离体验昆曲和其中蕴含的文化之美,昆曲体验之后,体验官们还前往了附近的观前社区,现场观看了文化团队的排练。

行程接近尾声,大家都在云平台上晒心得、聊感受。“活动安排非常丰富,工作人员热心、专业,愉快的体验”,“整个行程,收获满满,文创把文化融入生活,值得推广”,“建议以后将行程安排得宽松一些,每个项目能深度体验一下”,体验官们领取了精美的定制伴手礼后一起合影留念,结束了一天行程。

文化体验官既是文化苏州云平台的使用者,受益者更是监督者,通过“文化之旅”活动的开展,不仅提升了文化苏州云平台的知晓率与认可度,更让活动参与者深入了解苏州这座城市的文化内涵,体验传统文化的魅力与精髓,同时,借助文化体验官的亲身体验与反馈,进一步促进平台优化升级,提升公共文化服务效能,“文化之旅”活动将持续为广大市民在互联网平台中感受文化、旅游提供新的体验,拒绝选择,参加权与自主权交给群众,让公共文化服务向基层延伸,让文化“产品”更好的满足人民群众日益增长的美好生活需要。

(本版由本刊记者陈鹤鑫、陈东兵采访组稿)