

5月19日是中国旅游日,这个节日源自《徐霞客游记》开篇《游天台山记》:“癸丑之三月晦(公元1613年5月19日),自宁海出西门,云散日朗,人意山光,俱有喜态。”《徐霞客游记》开篇的短短24个字,为后人留下了文化旅游的瑰宝。如今,旅游业发展日新月异,太仓旅游也在锤炼中成长,太仓逐渐成为周边城市游客自驾休闲的重要目的地。但是,太仓并没有停下脚步,旅游发展之路还在继续——

市旅游局 >>> 转变角色 服务下沉 与旅游企业“零距离·心贴心”



沙溪田园生活馆

过去不久的五一小长假,太仓现代农业园、金仓湖公园、沙溪古镇等大型景点游客接待量均有大幅上涨,更可喜的是,各景点营收也有了质的飞越,上述景点分别上涨53%、11%、90%,而以电站村生态园为代表的乡村旅游点,营收同比增长14倍。不难看出,随着游客接待量的不断增长,我市各旅游企业正逐步走向成熟,旅游发展的效益日益凸显,而这背后,市旅游局作为全市旅游主管部门不断转变角色,将服务下沉到发展一线,与每一个坚守在太仓旅游战线的旅游人“零距离·心贴心”,为旅游企业筑起一片坚强的发展后盾。

打造文明旅游新风

助力太仓创建全国文明城市

当下,全市正在打响创建全国文明城市的攻坚战,而一座城市旅游行业的文明成效,也彰显了城市的文明形象。为助力太仓创建全国文明城市,市旅游局早早行动,成立了太仓市创建全国文明城市旅游行业领导小组,先后多次召开旅游行业创建全国文明城市工作推进会,通报历次文明城市测评反馈的问题,督促问题单位整改落实,部署文明旅游相关工作,确保创建工作常敲钟、紧绷紧弦。

与此同时,市旅游局统一制作了社会主义核心价值观展示板、文明旅游温馨提示、诚信经营宣传展板、文明旅游宣传资料展示架、禁烟标识等100余块,旅游投诉处理记录本、文明旅游指南等3000余册,分发给一线企业,让企业摆放在门店、房间等显眼处,一方面统一美观,另一方面也不增加旅游企业负担,方便企业进行相关宣传,对于企业日常工作开展也有裨益。除了提供上述宣传物料,市旅游局还完善文明旅游培训制度,针对旅游饭店、旅行社、景区分别开展服务人员文明礼仪培训、导游行前培训和文明督导培训,邀请国内知名学者进行专题授课,加深全市旅游行业从业人员对《旅游法》、《江苏省旅游条例》的认识,通过行业服务者文明服务引导更多市民、游客提升文明旅游意识。

近日,市旅游局参照周边文明城市创建的经验,主动建设两个文明旅游V站,分别设在奔山园和沙溪古镇,为广大游客提供相关服务与帮助。目前,两个V站的布置已经全部到位,文明旅游志愿者也全部挂牌上岗。

搭建一个平台

将品牌影响力推向更广阔空间

相信很多太仓人以及周边城市游客对“太仓假日”并不陌生,这是市旅游局自2015年整合酒店、景点、工厂店等资源,精心打造的一个全新的以购物休闲为主要内容的旅游产品平台。成立两年多来,不仅给周边城市游客提供了优质的购物休闲自驾线路,更造福于本地景点、酒店、工厂店等更多旅游企业。市旅游局搭台、聚力、宣传,旅游企业则分享“太仓假日”这块“大蛋糕”。

随着“太仓假日”影响力越来越大,旗下工厂店队伍也不断发展,今年年初,在市旅游局的倡导和支持下,太仓市旅游协会工厂店分会正式成立,目前有品牌工厂店16家,凝聚行业合力、加强业界沟通,“抱团”而为的行业协会组织正焕发更大发展动力。

服务并没有停止。今年3月,市旅游局在“太仓假日”微信服务号的基础上开发新的线上电商平台,将“太仓假日”线下发展的强大活力引向线上,令太仓工厂店的热销商品、景点门票、酒店餐饮客房实现线上交易,“太仓假日”不再受地域限制,本地企业也将从线上拓展获得更多收益。“太仓假日”旗下某品牌负责人周峰对市旅游局主动服务企业的做法非常赞赏,他表示目前太仓不少旅企正处于上升发展期,一方面难以顾及线上拓展,另一方面线上拓展投入较大,但这必然是地方旅游未来的发展趋势,市旅游局为企业做了企业想做的事情,最终获利的是全市旅游业。据不完全统计,2016年同比销售增长最大的玛雅家纺工厂店达80%,其次是盛达针织工厂店达50%,其他工厂店平均增长在17.9%。都市星期天在全国各地工厂店总数达36家,盛达21家,发展愿望和势头强劲。



图1



图2

图3

图1:太仓市旅游协会工厂店分会成立大会
图2:文明旅游V站
图3:电站村灯光节
图4:“太仓假日”网上商城上线签约
图5:赴周边四城市主题推介

强化宣传先行

将太仓打造成江南的另一张封面

旅游发展,离不开对外宣传,酒香还常常吆喝。旅游行业每个从业者深谙这个道理。但是,靠某个企业单打独斗形成不了声势,高昂的宣传成本也并非每一家企业能够承受,深知企业需求的市旅游局冲在企业前面,瞄准上海、苏州、无锡、南通等目标市场开展大力宣传推广。先后在周边城市开展“一小时去哪儿?去太仓”的主题推介活动,在上海的社区、公交车、广播、报纸,苏州地铁、广播等与当地百姓生活最贴近的平台投放广告,以覆盖广、频率高提升宣传力度。

旅游营销,不仅讲究频次,更讲究“包装”。美丽江南“金太仓”更需要一点文艺范,来迎合当下都市游客寻找“心灵休憩”的旅游新潮流。找准符合太仓旅游形象的宣传营销风格,市旅游局先后编印了《四季太仓》、《太仓旅游手绘地图》、《太仓,江南的另一张封面》精品书等一系列充满文艺风的宣传资料,投放在宾馆、景区等公共场所,方便游客领取翻阅,目前这些宣传资料均发放过万册。翻开这些精美的宣传画页,不仅写进了太仓的人文、历史、风貌,更有太仓城市旅游的所有元素,文艺但不花哨,精美但又具实用性,将太仓作为江南的另一张封面呈现在游客面前,把太仓实用的旅游信息以一种优美的方式传达给阅读者。

根据市场发展的动向,市旅游局于2015年底在携程开设建立“太仓旅游官方旗舰店”,2016年底又和携程开展“太仓+迪士尼”专题产品营销推广。作为苏州地区最早在携程建立官方旗舰店的地区,仅去年9月到上月末,8个月时间中,太仓旅游官方旗舰店的访问量就达111万次,而在此期间,太仓各类旅游产品在携程上的交易数据达到了54774单,总交易额达到1578万元,输送游客近8万人次。

力推乡村旅游

挖掘太仓旅游发展的新“蓝海”

今年五一,电站村生态园尤为热闹,油纸伞文化艺术展、房车展、“稻梦空间”风车展……系列活动“吸粉”无数,也带来了该村乡村旅游发展新高度。电站村的节日热度并非偶然,近年来,市旅游局早已瞄准乡村旅游这片“蓝海”,充分调研双凤镇的勤力村,城厢镇的电站、东林、万丰、永丰等村,浏河的古镇、墅沟河片区,浮桥镇的三家市古村落、新动力越野基地,璜泾镇的杨漕、孟河二村,沙溪镇的半泾村、天竺园等地旅游资源,着力描绘太仓乡村旅游发展蓝图。光本地调研还不够,市旅游局先后组织相关区镇分管领导、村书记、企业负责人走出去,前往周边乡村旅游目的地吸取成功经验。去年10月,在市旅游局的组织下,台湾民宿与乡村文创旅游发展研讨会在太仓召开,台湾民宿协会联合总会理事长等嘉宾给太仓旅游部门、乡村旅游从业者、各乡镇有关负责人等50多人分享了台湾民宿的成功经验。“在实地调研,对外汲取经验,太仓乡村旅游发展的方向才能更明确、更科学。”市旅游局主要负责人说。

近年来,太仓乡村旅游成绩斐然。今年年初,电站村生态园被评为江苏省四星级乡村旅游区,天竹园乡村旅游区和独楼小海生态农业园均被评为江苏省三星级乡村旅游区;沙溪古镇业态更为丰满,不远的天竹园与田园生活坊形成现代乡村旅游样板,吸引了众多上海客前来“隐居”;璜泾镇吴家湾的“幸运花海”项目,即将与游客正式见面……“乡村旅游这片‘蓝海’,目前进入发展关键期,将成为太仓旅游未来发展的新重点,也将成为太仓旅游另一张闪亮名片。”市旅游局有关负责人说。

着眼全市文明创建大局、为企业打造更广阔平台、强化对外宣传、挖掘太仓深层旅游发展潜力……市旅游局服务太仓旅游行业的脚步一直没有停下。太仓并非传统旅游强市,旅游资源并不充沛,太仓旅游发展需要一点一滴地打造和业内企业的不懈坚守,而政府部门的主动服务对于处于上升关键期的旅游企业来说至关重要,市旅游局深知这个道理,并将承诺付诸行动,坚定不移服务于旅游业的健康发展,服务于全市经济发展的大局。



图4



图5