

民族的才是世界的

兴文打造独具民族特色文化的旅游示范县

■ 金萍 本报记者 何沙洲

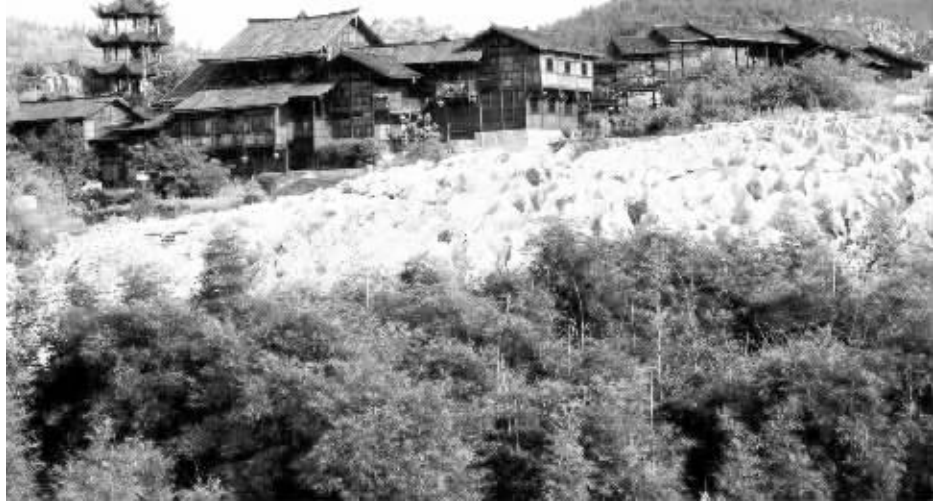
宜宾市兴文县有苗族同胞 4.8 万人, 占兴文县人口的 10%以上, 是四川最大的苗族聚居县。来到兴文县, 你将感受到荟萃了地球所有喀斯特地质景观——石海; 植被葱翠, 竹海茫茫, 清幽静雅, 美景如画的樊王山。同时, 还可身着苗家服侍, 与苗乡儿女一起载歌载舞, 尝一尝香美的苗家米酒, 探究一番樊人的历史文化。

兴文县委县政府深刻认识到, 旅游是文化的载体, 文化是旅游的魂魄, 兴文县已有了高品位的自然景观, 正逐步赋予景区独特的文化内涵, 融入兴文独特的苗文化, 抓好以苗文化为代表的文化项目的开发, 厚重神秘的历史与高品位的自然景观相交融, 加快打造独具民族特色文化旅游示范县的步伐。

特色文化： 苗乡文化传递世界

“兴文是四川唯一以苗族为主体少数民族的少数民族地区待遇县, 全县有少数民族人口 4.8 万人, 占总人口 10.49%。大坝、毓秀、大河、麒麟、仙峰 5 个苗族乡总人口 120576 人, 占全县总人口的 26.1%, 是四川最大的苗族聚居县。”兴文县民宗局局长李成亮介绍, 苗族文化源远流长, 他们有艳丽的服饰、特别的婚嫁习俗、五彩缤纷的歌舞, 丰富多彩的节日, 兴文苗乡最具特色和代表性, 每年花山节, 成千上万来自不同省份和地区的苗族同胞, 都会齐聚兴文, 欧美很多有名气的华人, 每年都会回兴文寻根问祖, 参加祭祀活动。

兴文县文化广播影视和体育局局长王宇介绍, 为了打造提炼兴文独特的苗家文化、樊文化、高庄文化、红色文化、石文化、倪源文化等, 兴文县拟以调入、考调和大专院校引进等方式, 将文化研究人才充实到县文化馆(县民



●兴文石海——竹石苗寨。

(吴晓驰 摄)

族文化发展中心)、县文物管理所(县博物馆)等专门机构。同时, 启动了兴文苗族文化收集整理工作, 申请专项经费, 拟聘请宜宾学院专业团队就苗族传统文化在青少年中的教育传承开展课题研究。

特色旅游： 石海奇观惊叹世界

兴文县有着丰富的旅游资源, 石海景区、樊王山景区、大坝水乡等景区景点, 各具特色, 让人惊叹不已, 或让人享受画境的陶醉。

奇丽瑰玮的石海让人浮想联翩。站在一抹“石浪”上, 闭上双眼, 好似心随波涛荡漾; 瞬间, 穿梭时光, 来到了亿万年前。当蓬松的双眼被“惊涛骇浪”冲开, 浪花瞬间凝固, 形成了奇特的喀斯特地貌仙景。大自然的鬼斧神工, 让来来往往的中外游客流连忘返。

“神奇的‘天下第一漏斗’、‘亚洲大

石海’、‘中国旅游面积最大的溶洞’、‘天下第一虎’等名扬天下。兴文石海为 AAAA 级旅游景, 先后获‘中国乡村旅游最佳自然景观奖’、‘国家风景名胜区优秀展示奖’, 2008 年入选中国最美十大地质公园, 2013 年 9 月 10 日, 在韩国济州岛举行的第三届亚太地质公园会议上, 兴文世界地质公园顺利通过联合国教科文组织的再评估。”宜宾市兴文县旅游局党组书记胡怀儒说, 目前正在进行兴文世界地质公园小岩湾园区主碑文字修订, 地质博物馆的升级改造, 地质科普牌升级改造, 地质公园徽记增设, 地质博物馆触摸屏、4D 影院、科普游道、安全防护栏等设施修复和樊王山景区地质科普长廊的建设, 以及景区副碑和景区陈列馆的升级改造等项目。同时, 樊王山景区等其他景区项目也正在稳步推进。

胡怀儒介绍, 2013 年新签约项目 3 个, 引进省内外资金 18000 万, 新包装旅游招商引资

项目 7 个。组织参加了西博会、重庆旅游推介会等宣传营销活动, 同时, 通过各级媒体宣传推广兴文旅游。

特色地产： 景区发展旅游地产 有条件建五星级宾馆

“石海景区每年接待游客 50 多万人, 客源稳定, 认可度较高, 市场前景逐年呈上升趋势。”石海洞乡风景旅游开发有限责任公司董事长刘卫说, 这么好的基础条件, 但大多数游客上午来, 下午就要走, 原因是景区的住宿供不应求, 把石海计划成了过境地, 以致于游客只能参观核心景区, 而外景则无法游览, 如果要完全游览石海, 则要花 2 到 3 天时间。为了提升游客的游览质量, 兴文县和景区加大投入, 提升各项接待基础设施, 打造旅游目的地。同时, 在核心景区附近, 有两块空地, 均在 10 亩以上, 周边还可建设一些附属设施, 完全具备修建五星级宾馆的条件, 加上高速、高铁将先后竣工, 届时, 来石海的游客将猛增, 欢迎社会各界人士到石海投资创业。

目前, 兴文县在樊王山景区引进了旅游地产, 打造避暑别墅“香格里拉”, 一期工程即将竣工。“樊王山是一个休闲、度假、养身的好去处, 景区面积 53.2 平方公里, 楠竹覆盖 95%, 森林覆盖 98%, 每立方米空气中负氧离子达 1.5 万个, 景区的水质经权威部门检测 PH 值为 7.73, 属酸性水质, 对身体是非常好的。同时, 樊王山景区的海拔高度在 800 米到 1500 米, 大部分在 1000 米左右, 非常适合居住, 季节变化不大, 被游客誉为养身天堂, 度假胜地。”兴文县樊王山风景旅游开发有限责任公司总经理助理李文强说, 香格里拉项目占地 60 多亩, 一期工程占地 30 多亩, 预计近期将竣工。房子修建不超过 3 层, 高度不超过竹梢, 房间各种生活设施齐备, 别墅将引进旅游公

严格管理, 按照小区管理方式严格管理, 提供严格的安保和优美的居住环境。

李文强介绍, 宜叙高速和成贵高铁建成后, 一小时内成都就可到达樊王山, 而高速公路出口到达樊王山只需要半小时, 交通非常便利。

文旅互动： 打造文化旅游精品

兴文县狠抓特色, 文旅互动, 彰显民族文化, 发挥文化对旅游发展的推动力, 充分挖掘、包装和利用苗族文化、樊人文化、红色文化、民俗民间文化、地质生态园林文化品牌提升旅游层次, 展示文化旅游的魅力。

王宇介绍, 兴文县创新开展创富创业教育, 打造兴文民俗文化品牌, 做活以生态、文化、科技为核心的旅游产业, 积极创建国家级文化产业示范基地。编创地方特色旅游演出活动, 推动旅游演艺产业市场化运作、常态化演出。办好中国兴文苗族花山节国际级品牌活动, 办好成届制的兴文石海全国(国际)山地户外运动技能赛、西部民歌大赛、西部地区民族传统竞技体育邀请赛, 让旅游看点更多, 人气更旺。加强文化遗产、文化资源保护、利用与开发, 积极申报各级非物质文化遗产、文物保护单位项目和世界自然遗产, 增加更多兴文文化名片。

同时, 实施县城区和旅游乡镇风貌打造与保护工程, 统筹城乡发展, 充分挖掘乡镇文化特色, 全面推进特色集镇建设。按照“微田园”新村建设理念, 加快乡村旅游建设, 让乡村游成为新的增长极。

从天下奇观到“微田园”新村, 从厚重历史到民族文化, 兴文县把文化与旅游巧妙交融, 借助高速、高铁以及打造的精品旅游路线, 加快了兴文打造独具民族特色文化旅游示范县的步伐。



“洋河微分子酒” 行业翘楚为哪般

时下, 各种媒体都在热议“健康”话题, 报纸、电视、网站都开设健康新栏目, “健康”俨然成为人们生活中的热词。

然而和健康密切相关的“洋河微分子酒”还没上市, 便已迅速走红。仅喝过品鉴版的消费者将微分子酒和健康“微指数”紧密地联系在一起, 一片点赞的口碑, 还有的网友把微博、微信、微分子酒称为时代“三微”。可见, “洋河微分子酒”顺应时代潮流, 迎合了健康需求。

“绵柔指数”符合生活健康要求

“洋河微分子酒”究竟是一种什么样的酒? 从产品角度看, 洋河无疑是整个行业的楷模, “绵柔”品质创新满足了消费者对于饮用口感的需求, 而微分子酒则是在绵柔基础上更进一步满足消费者对于健康饮酒的需求, 洋河对微分子酒的品质进行技术性的创新, 其中的关键词“微指数”, 也就是“绵柔指数”。

据品尝过“洋河微分子酒”的李先生介绍, 微分子酒的特点十分鲜明, 酒质既丰满绵柔, 又具有低醇、多饮不醉的特点。至于为什么会想到要设计、推出这样一款酒, 洋河股份的一位科研人员坦言, “由于一些传统老品牌白酒度数高, 酒量较小者喝了之后容易上头, 导致一些爱酒人士只能望酒兴叹。”

由此, 为破解这一难题, 洋河股份专门成立技术攻关团队, 用五年时间掌握了健康微分子酒的形成机理, 通过对传统白酒发酵工艺进行革命性的调整和变革, 在自然发酵过程中实现健康微分子物质的生成, 从而赋予微分子酒独特的健康品质, 研发出一款划时代的健康白酒——洋河微分子酒。

“绵柔生活”演绎社会主旋律

众所周知, 洋河蓝色经典产品自 2003

年上市后, 就以健康白酒的理念深入人心, 不仅是品质上的健康, 其所倡导的“绵柔生活”更是被列入到了现代生活的最佳形态。如今, 微分子酒将“绵柔生活”的内涵又升华到一个新的阶段。

当下, 人们不再追求“大口吃肉、大口喝酒”的生活态度, 工作之余, 更想好好享受一下“慢生活”的感觉; 细细聆听生活的浅吟低唱, 品味舌尖上的美食, 探寻其中的人间美味。

“醉酒慢, 醒酒快, 不伤身体”等品质诉求, 满足了消费者对健康白酒的需求, 更成为“洋河微分子酒”的独特卖点, 并由此成为洋河股份除蓝色经典以外的“明星”产品, 微分子酒正以一种“创新者”的姿态引领中国白酒发展, 一时风生水起。

有消费者说, “洋河微分子酒”打的是“饥饿营销牌”, 还有的消费者认为, 洋河股份先推出微分子酒品鉴版, 是对消费者需求的一种“试水”。但不管怎么说, 从品鉴的结果来看, 洋河股份此时推出的微分子酒无疑成为白酒市场最大的赢家。

世界卫生组织发布的关于健康定义认为: “健康是一种在身体上、精神上的完满状态, 以及良好的适应力, 而不仅仅是没有疾病和衰弱的状态。”这就是人们所指的身心健康, 它和洋河提出的“绵柔生活”不谋而合。

绵柔生活、身心健康的一种组合, 也是“洋河微分子酒”所倡导的生活态度。它是心灵的一种状态, 是理性思维的创造潜力, 是情感活动的朝气蓬勃, 是人生春色深处的一缕东风。

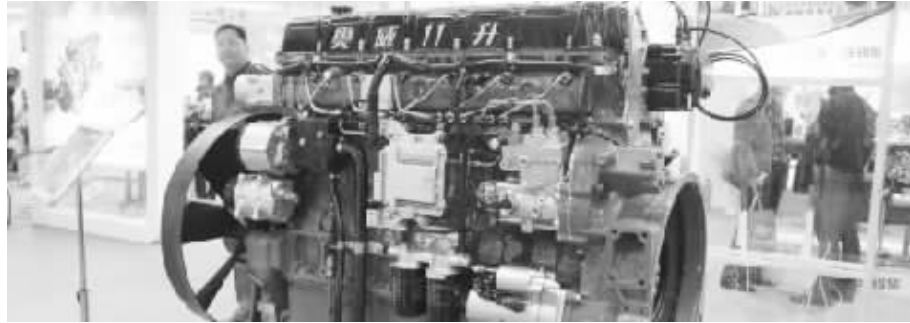
“微信寻微友, 加微博看微分子酒, 会微友品微分子酒”等, 目前已成为亲朋好友们聚会把玩的游戏, “洋河微分子酒”和微博、微信的“时代微”浑然天成, 成为人们“微生活”的主题, 也为人们演绎了舌尖上的美味和回味。

(张紫尘)

锡柴发动机海外市场连获大订单

9 月 4 日, 出口南美洲某国家的锡柴恒威发动机在整车厂家完成样车装配, 并接受该国政府代表的现场检验。这笔订单是该国的政府采购项目, 共需 1400 多台锡柴恒威发动机。

今年以来, 一汽解放锡柴加快海外市场的部署和开拓, 通过加强海外办事处建设, 增加营销服务人员配置, 增强海外营销力量; 健全海外服务网络和配件供应渠道, 强化海外营销体系; 依托一汽进出口公司的优势, 加强与集团内外整车厂家的合作, 拓展市场空间。各大系列锡柴发动机在汽车、发电机组、水泵动力机组等多个市场领域全面发力, 以高技术含量和高性



价比的优势, 赢得客户的广泛青睐, 在海外市场持续热销, 接连获得大订单。1 至 8 月份, 锡柴

机出口销量同比增长了 21.9%, 8 月份的同比增幅达到 42%以上。

(鲍贵林)

创新服务体系研究(连载之六)

■ 唐晓梅 唐世贵

许多时候之所以“受气”是因为我们没有真正把握客户的需求, 没有及时准确的做好自己应该做的事情, 而让消费者认为自己的“等价交换物”被打折了折扣。能做好服务的人, 不仅需要演说家的口才, 具备推销员抵挡社会压力的心理素养, 具备工人一样的专业的技能, 具备超强的学习力, 士兵的坚毅和执行力, 学生的学习力, 谈判专家一样的洞察力。你不仅要更快更强, 还要细致、专注, 任劳任怨等等的优点。果真如此, 我们无论何种工作, 就像一件艺术品一样, 获得的将是社会的认同和欣赏。服务员是个伟大的职业! 请改变我们根深蒂固的错觉, 必须改变。服务员是一个伟大的职业, 更是一个具备各项优秀品质的人的一生事业。做好服务, 成就自己。或许我们没有很高的文化、

我们没有很多机会去做惊天动地的伟业、我们没有很多钱以至于让我们后半生无忧无虑, 我们需要报酬、需要钱、需要被社会接纳和认可, 那么请用双手和智慧的大脑改变这一切。

2、好服务的标准

- (1)好的服务应该是珍惜每一个顾客的
- (2)好的服务应该是把顾客当做朋友的
- (3)好的服务应该是让顾客感觉值得信赖的
- (4)好的服务应该是让顾客感觉非常愉快的
- (5)好的服务应该是能够快速满足顾客需求的
- (6)好的服务应该是让顾客不断回头来找你再消费的
- (7)好的服务应该是让顾客主动介绍朋友给你的
- (8)好的服务应该是让竞争对手佩服的, 无法超越的
- (9)好的服务应该是让人感动的, 让人难忘的

这就是好的服务基本标准, 做这些都是我们基本的责任, 只要做了这些才能让生产与消费同时产生。顾客才会不断的找你消费, 而且会越来越。

(三)服务能给我们带来的是什么

服务是服务行业赖以生存的基础。往往说到服务, 大家不约而同的就会想到“海底捞”, 为什么他的生意会如此的火爆呢? 因为他给大家的感受是: 不只是吃饭而已, 而是用餐过程中, 从进门到离开, 所享受到的贵宾服务, 一种感觉, 那就不难想像, 他为什么一位难求了, 在我们快捷酒店的环境中, 不只让客人感到温馨、快捷、特美价廉, 以客人为中心的个性化服务, 更能为我们带来无穷的回头客。一句问候、一声带姓氏的称呼、一件让客人感动的小服务, 都能让客人记住我们的名字, 口碑相传的效应会扩大开来。

做好服务能给我们带来效益, 赢得客人的满意和信赖, 带给员工行业的自豪感, 更能体现我们人生的价值观, 不仅能赢得顾客, 更能增强集体荣誉感和凝聚力。

三、打造专业化、标准化的服务体系

(一)客户服务体系概念

1、客户服务体系

是优秀企业尤其是销售服务企业的重要组成部分。是由明确“客户服务理念”、相对固定的客户服务人员、规范的客户服务内容 and 流程、每一环节有相关服务品质标准要求; 以客户为中心; 以提升企业知名度、美誉度和客户忠诚度为目的的企业商业活动的一系列要素构成。

一般一个完整的客户服务体系应该包括客户服务组织管理、客户服务关系管理、大客户管理、客户信息管理、客户服务质量管理、售后服务管理和呼叫中心管理。从客户服务角度来说, 服务无止境, 越完善越好。但对于一个企业来说, 资源却永远是有限的。所以, 一般企业应针对所在行业的特点有侧重地建立客户服务体系!

2、客户服务体系宗旨

客户服务体系的宗旨是“客户永远是第一位”, 从客户的实际需求出发, 为客户提供真正有价值的服务, 帮助客户更好地使用产品。体现了“良好的客服形象、良好的技术、良好的客户关系、良好的品牌”的核心服务理念, 要求以最专业性的服务队伍, 及时和全方位地关注客户的每一个服务需求, 并通过提供广泛、全面和快捷的服务, 使客户体验到无

处不在的满意和可信赖的贴心感受。

(二)服务人员必须具备良好的心理素质

不管是在哪个岗位, 只要涉及服务, 就必须具备相应的服务态度。一个优秀的服务人员, 必须具备良好的心理素质, 这些素质体现在哪些方面呢?

- 1、工作积极, 充满热情
- 2、态度诚恳, 谦虚有礼
- 3、宽容为怀, 处变不惊
- 4、诚实守信, 懂得分寸
- 5、适应挫折, 控制情绪

(三)服务人员必须具备相应的专业素质

服务人员除具备良好的心理素质之外, 还要具备良好的专业素质, 才能让服务专业化。专业素质体现在哪些方面?

- 1、良好的沟通和互动能力
- 2、丰富的相关产品知识
- 3、敏锐的观察能力和独立的判断能力
- 4、团队合作的精神

(四)制定明确的服务标准

不同行业、不同企业、不同区域, 要求的具体服务标准可能有所不同, 因为服务是为顾客而设的, 顾客不同, 服务的标准自然相应地要改变, 从而做到为自己的目标顾客提供最有针对性的服务。举一个例子, 对于导购来说, 我们特别强调的一个服务标准——6S 服务原则。

微笑(Smile): 发自内心, 真诚的微笑。

诚恳(Sincerity): 对待同事要真诚, 对待顾客要有诚信, 做事态度踏实。

研究(Study): 商品卖点, 顾客心理, 销售技巧的分析。

口才(Speech): 口齿伶俐, 体现在称呼、礼貌用语、产品介绍。

速度(Speed): 做事的动作、反应要快。体现在拿货放货、打包及陈列。

灵巧(Smart): 头脑要灵活, 做事要多想办法。

总之, 服务是人与人接触的岗位, 区域内的服务人员是否具备相应的服务素质, 是区域经理需要考核的问题。当我们的服务还不能达到顾客的需求, 不能为顾客提供更多的附加值, 让顾客对我们的产品和服务产生兴趣和冲动时, 就是考虑提高人员素质, 加强训练的时候了。

(待续)