

外地
镜鉴山东：
打好智能好客牌
Club Med：
引领旅游时尚潮

□记者 李砾瑾

为了打造“好客山东”的旅游品牌，山东省旅游局通过实施信息化带动战略，打造现代旅游公共服务平台，营造良好的旅游环境。

山东省旅游公共服务数据信息中心以山东旅游资讯网为载体，通过整合旅行社、酒店、旅游区、交通、餐饮、购物、娱乐等旅游产业链各要素资源，并通过网站、呼叫中心、宣传册、电视、报纸、手机等各个传播渠道，将各类旅游信息提供给游客。游客登录山东旅游资讯网就可以获取旅游咨询、预订、查询、保障、行程规划等各类公共信息服务，极大地方便了出行。

除此，山东省旅游局公共服务信息中心与五大航空公司实现机票信息对接，为游客提供酒店预订服务。在多区域跨行业旅游信息共享和服务上，山东省旅游局推出了全省旅游“一卡通”和“好客旅游卡”，以游客需求为中心，打造“吃、住、行、游、购、娱”为一体的综合信息服务平台。“好客旅游卡”集旅游信息服务、消费折扣功能为一体，并通过免费发放“好客旅游卡”会员手册、优惠手册等，初步构建“好客旅游卡”信息公共服务体系。

今年，山东省旅游局开通好客山东手机报，通过手机短信、彩信形式，发送各类政务信息、旅游新闻、活动提示等，每周一期，对广大来山东的游客进行信息传播与服务。

来自法国的 Club Med (即法语 Club Méditerranée 的缩写，直译为“地中海俱乐部”)成立于 1950 年，是目前全球最大的独家连锁集团，共拥有遍布全球五大洲 30 个国家的 80 多个度假村，其醒目的海神戟标志已经遍布全世界。

通过整合需求与供给，Club Med 创造出一种类似 DIY 式的旅游——将游客、休闲、个性、娱乐、环境组合得非常完美的旅游产品。

Club Med 开时尚旅游度假之先河。在其倡导的整合型旅游度假服务模式中，Club Med 打造的是一种真正的休闲度假。它让旅游者从外来者变成了主人，将旅游变成了度假，将度假村变成了老家，将旅游变成了一种教育子女、享受亲情的地方，将旅行变成一种类似于家庭享受与保健、亲子型教育、温馨浪漫度假等“多合一”的旅游方式。

此外，Club Med 的注册商标为“G.O.”，即法语“GENTIL ORGANISATEUR”(“和善的组织者”或“亲切的东道主”)的缩写。Club Med 的员工个个精通两门以上语言，并拥有一技之长，以热情和高素质的服务著称，可以让世界上任何一国的游客都能得到自己熟悉语言的帮助。

强力提升旅游产业，促国际文化旅游名城建设



题字 林基建

●本期议题：
旅游环境，如何“软硬兼施”进行提升？热帖
共览提升软环境
要靠硬标准

□网友“hometown2011”

建国际文化旅游名城绝非一日之功，需要长时间的努力。更重要的是，我们应该认识到，所做的一切应该是围绕着“国际”两字在做文章。许多网友对提升软环境提了很多好的意见和建议，本人认为最好的办法是按照联合国世界旅游组织 (UNWTO) 的标准，严格地进行“达标”过关，无其他捷径可走！

现推荐该组织一个相关文件的部分内容，希望起到抛砖引玉的作用。如果要“动真格”的，有关部门可以与 UNWTO 联系进行运作。

目标：改善旅游业 (含旅游业相关的住宿、饭店、导游及旅游从业者和其他各种相关服务供应商) 的产品与服务的质量，提升全球、国家及地区的服务水平，促进业内竞争且提供对游客和旅游业的质量标准有价值且可靠的信息。

所供产品：精准的分类系统以及对业内项目参与人提供有价值的信息并为当地管理部门建立起符合行业标准的有能力的管理队伍。

总体战略：通过与国家旅游主管部门和业内参与人员沟通，对旅游业现状进行评估；了解客户的需求和期盼 (业内项目参与人、环境、方向、设施、资源、总体目标和竞争状况等)；引进 UNWTO 的有价值的产品和服务内容 (各种模式) 并提供各种技术支持 (如下模式所述)。

模式 1：对现有相关的住宿标准进行评估

按照本地的、某个区域的和全球最佳标准和竞争的环境要求对住宿服务标准和质量进行评估；认识差距及制约因素；针对问题提出合理化的修正和提升建议。

模式 2：建立新标准

建立设施、服务及机构等的新标准；参考国际行业标准与竞争环境，建立与地方、国家相符合的标准；准备起草标准草案；向行业内参与人介绍标准；准备最终标准并推动批准程序。

模式 3：标准的实施及评估

建立评估责任及程序 (行政超前及善后管理、现场程序及结果报告)；评估计划及考察；陪同国家评估人员现场考察；对评估进行判定指导并出结果报告。

模式 4：交流及宣传标准

召开新闻发布会宣布标准；旅游业主要参与人 (宾馆、经营者、投资者、从业人员、运输公司、业内相关合伙人) 研讨实习班；介绍高中、宾馆餐饮学校。

模式 5：标准与质量控制 (暗访人员)

熟悉标准；控制工具与方法的确 (检查表格、文件、报告、技术利用等等)；控制程序 (酒店预订及成本内容) 的商讨及确定；计划确定实施时间表。

(记者 孟国庆 整理)

核心
提示

□记者 孟国庆

“旅游环境”是个大话题，却体现在一个个小细节上。洛阳的旅游环境问题有多少？连日来，读者和网友列举了很多不足。洛阳的旅游环境如何改善？读者和网友也提了不少意见和建议。

洛阳旅游环境存在不足

网友“我知道了”在洛阳网发帖说，洛阳作为旅游城市，有关旅游环境问题较多。人性化的配套设施难称高标准，几个小问题即可证明：公厕在哪儿，虽有标志，实则难找；偶尔发现可停车的地方，却没有标注去附近景区该怎么走、有多远。

另外，牡丹文化节期间，市区繁华地段车辆按单双号限行，年票不能用，也对我们的旅游有影响。试想，远方朋友来赏花，我们本想尽一下地主之谊，可是车辆限行、年票限用，我们带路做向导自然受影响。

网友“tnt266”说，今年牡丹文化节期间在龙门执勤，通过自身体验和观察发现以下不足：公交终点站车道设置不合理，公交车、出租车、自驾车车道划分不科学、不细致、不安全；新建公厕在高峰时显得紧张，水流小甚至没水，男厕有一水冲踏板安装有问题；应该设置一大型景区示意图，指

明入口、售票处及各个停车场位置；野导时不时侵扰游人，有损洛阳形象；龙门大道公交站棚没有到位。

网友“灵光波动”说，洛阳这几年路修得很不错，但是交通状况非常混乱，机动车还算好点儿，但是助力车、电动车的秩序较差，经常闯红灯，不但带来安全隐患，还影响城市形象。

市民靳春红发来邮件说，洛阳应高标准大力治理涧河，并对河两岸进行美化。另外，王城动物园应进行搬迁，最好搬迁到周山或者隋唐城遗址植物园东侧，让王城公园成为以牡丹观赏和市民休闲、游乐为主的公园。

靳春红说，洛阳还应在新建建筑物规划条件中要求新建建筑物建设公共地下停车场并实现部分对外开放，同时在收取土地费用或者其他费用时给予开发商优惠，以解决目前部分地段停车难的问题。

打破交通瓶颈 力推公共交通

网友“俺爱俺家”说，洛阳的交通短板在一定程度上制约了洛阳旅游的发展。因此，洛阳要建国际文化旅游名城，交通一定要跟上。

“俺爱俺家”说，洛阳的飞机航线少，折扣也相对较低；铁路始发车次亟待增多，洛阳站需要进行美化和环境提升；洛阳汽车站和二运汽车站应尽早按规划搬迁，以减轻车站地区的交通压力。

网友“angelcjc”说，洛阳公共交通的服务质量有待提升：有很多地方还没有通公

交车，应增加线路，合理安排路线和站点；推迟公交收车时间，偏远线路更应该晚收车；加快推进智能公交系统，增加空调车数量。

网友“lyszj”说，洛阳要发展旅游，在把交通搞好的同时，还应作好宣传，特别是在外地的公交车、地铁以及各大门户网站上投放城市形象广告，以吸引外地的 90 后、00 后来洛游玩。我们还要搞好旅游招商活动，降低景点门票价格，多建大型游乐主题公园——我们能把孩子吸引来，大人自然心甘情愿在洛阳花钱。

重视提升民众主人翁意识

邮箱为 anren@foxmail.com 的市民发来邮件说，建设国际文化旅游名城任重道远，不可能一蹴而就。其间，我们不仅仅要重视有形建设，更要注重无形建设，最重要的就是提升洛阳广大市民的主人翁意识。

通过政府引导和媒体舆论宣传，我们要让建设国际文化旅游名城观念深入人心、家喻户晓；可以开展建设国际文化旅游名城进社区、进机关、进企业、进基层、进工地、进市场、进农村等活动，铺天

盖地地宣传建设国际文化旅游名城的规划路线、坚定信念和必胜决心；将洛阳城历史、洛阳城特色、洛阳城规划、洛阳城旅游、洛阳城城市名片、洛阳城旅游口号、洛阳城文明宣言、洛阳城国际发展理念等知识印制成册，发放到群众手中，让大家以了解、支持、参与、投身建设国际文化旅游名城为荣；让人人都树立“我就是洛阳旅游形象大使”的观念，让建设国际文化旅游名城成为群众的自动自觉行为，并做到自重、自爱、自强、自立。

欢迎各位读者继续就洛阳建设国际文化旅游名城发表意见或建议，您可登录洛阳网洛阳社区 (<http://bbs.lyd.com.cn>)，进入《洛阳，离国际文化旅游名城还有多远？》跟帖；发送电子邮件至 mengguoqing217@sina.com，或拨打本报热线 66778866 留言；来信请寄至开元大道 218 号报业大厦 19 楼大厅 10 号位，信封上请注明“建设国际文化旅游名城大讨论”。

热议
风生扫好房间
倒好茶
要让游客似到家

工行杯新闻赛
消费不必再等“货”
信用卡分期巧安排
工行洛阳分行办 电话：63336932