

本版
点击

近百年来,瑞士在旅游资源优势相对不足的客观条件制约下,借助外向型经济发展的有利契机,扎实推进旅游产业发展,屡次创新高和造奇迹。一年多来,海南扎实推进国际旅游消费中心建设,旅游业无论是在旅游产品国际化打造上,还是在入境旅游市场开拓上,都取得了突破性进展。但相对瑞士来说,海南入境旅游体量依然很小。瑞士经验对海南有何借鉴意义?本版今日摘编刊发一篇实地探访瑞士旅游产品国际运营管理经验的考察报告,以资各方参考,敬请关注。

他山之石

海南旅游要向

瑞士学什么

以数据为支撑
以营销为引擎
以组织为驱动
以质量为保障

经验借鉴

紧扣服务质量 加强评估

经现场考察和与专家交流发现,瑞士始终坚持以国际视野审视和推动旅游业高质量、高水平发展,在具体实践中,不仅制定实施了一整套世界一流的旅游服务质量标准体系,也使用新的管理理念和模式不断加强旅游服务质量管理创新,在有效确保旅游服务质量持续提升的同时,始终保持与多样化和个性化的旅游需求高效度切合,最终促进全瑞士入境旅游市场持续高位增长。

瑞士坚持以市场化为导向、以国际化为基准,借鉴国际和欧盟的标准指标,聚焦“旅游交易相关行为”的关键环节和工作流程,制定了涵盖“旅游产业全链条”的旅游服务质量标准体系;紧扣服务质量的核心环节,明确“服务链和投诉系统”两个维度作为评估的两层级的同时,也明确了评定评估重点内容,即:服务链的“售前、售中、售后”三个环节和“投诉处置的专业性、及时性和满意度”。在明确服务质量认证机构负责服务质量评定和评估工作的同时,将“过程模式”引入到了具体评估步骤,不仅优化了评定评估工作流程,也保证了评估工作更具操作性和系统性。

强化质量管理的科学性

建议海南借鉴瑞士质量管理的经验做法,坚持以国际视野和世界眼光审视和推动旅游业高质量发展,建立健全服务质量管理机制、完善旅游服务质量标准体系、创新质量评定复核工作机制,全力确保旅游服务质量得到长期稳定和持续提升。

建立健全旅游服务质量标准制定实施工作机制,统筹协调全省旅游服务质量标准的制定实施和评定复核工作;制定实施标准评定和评估结果运用的体制机制,全力推动旅游服务质量各项工作落到实处、取得实效。

坚持以市场化为导向、以国际化为基准,紧扣“旅游交易行为”的关键环节和核心要素,借鉴国际标准和欧盟标准的指标,结合国际旅游消费中心建设发展实际,加快修订和制定旅游服务质量标准,推动形成一套独具海南特色、涵盖旅游产业全要素、覆盖旅游服务全过程、渗透旅游质量全环节的旅游服务质量标准体系,为旅游服务行为提供规范、为旅游服务提升提供标准。

此外建议全面实施旅游服务质量管控提升工程。

重视组织建设 统筹运营

瑞士高度重视旅游产业组织建设,不断完善旅游产业组织体系,建立产业组织运营机制,明确产业组织运行职能。

瑞士紧扣“构建完整产业链”的实际要求,推动形成了完善的旅游产业组织体系:19世纪末20世纪初,成立了联邦旅游联合会,专门负责联邦旅游经济工作,制定联邦旅游政策与法规和制定中长期旅游远景规划等;同期,成功设立了隶属联邦经济部的国家旅游局,具体负责旅游市场营销和对外宣传推广以及旅游整体形象塑造等工作;此外,瑞士26个州政府及州政府管辖的镇政府也设立了相应的产业组织和行业协会。

瑞士联邦政府实行的是“政府扶持、协会管理、企业主体、市场运作”的管理机制。在这一管理机制的支配下,瑞士联邦及各州旅游产业组织依据“职责分工和政府出资”的方式,组织开展国际旅游产品运营管理。

突出旅游营销 核心撬动

瑞士针对德国、法国和意大利等主要客源国家市场消费者的消费偏好和需求特点,制定实施科学合理的旅游营销战略规划。

瑞士国家旅游局每年年底都根据上一年度工作情况和下一年工作实际情况,研究制定科学的年度旅游营销计划,明确年度营销工作重点。瑞士在科学选定客源市场(国家或地区)之后,以“产业链提升价值链”为核心,组合开发特色入境旅游产品:一是做足“核心”旅游产品,优化布局阿尔卑斯高原区、策尔马和瓦莱区等九大核心旅游区;组合开发了具有特色的“滑雪、冰川、观光”等主题旅游产品;二是打造“特色”旅游产品。借助“滑雪圣地”和“冰雪王国”品牌,在滑雪场上组合开发了滑雪、雪地高尔夫、雪地汽车和狗拉雪橇等冰雪运动旅游产品;以滑雪场为基础打造休闲度假区;三是打造“综合”旅游产品。瑞士注重自然与城镇风光的有机结合,传统与现代的有机融合,重点打造了诸如沃州的尚佩里小镇等“多样性和个性化”完美结合的城镇旅游产品。另外,充分利用苏黎世机场的资源优势和有效空间,打造了“集购物、商业、酒店、餐饮、物流等为一体”的旅游综合体。

借助旅游数据 综合应用

瑞士政府高度重视旅游统计工作,不仅注重旅游统计管理机制建设,并于1934年颁布实施了旅游统计调查制度,同时也非常注重统计数据的归集挖掘、研究分析尤其是在旅游市场需求分析、旅游产品开发建设、旅游服务质量提升和旅游市场营销工作上的综合应用。

瑞士高等院校尤其是HES-SO联盟研究机构,主动从理论上加强对客源国或地区文化尤其是跨国文化的理论研究,提出了外国与瑞士文化的异同性和不同文化背景下旅游市场需求的差异性,同时强调要加强学习跨文化交流技能技巧,并根据不同的习惯和喜好采取不同接待方式;借助互联网、大数据、物联网、云计算等新技术,利用现有的“产学研一体化”机制优势,建设旅游大数据中心,专门负责归集挖掘和研究分析世界各国和地区旅游产业发展、旅游需求特点和旅游消费偏好、旅游消费满意度等方面数据;注重理论研究成果和数据统计分析结论的综合运用,以“体验感和满意度”作为维度,深入剖析产品运营管理问题的根源,研究改善旅游产品服务质量和加强旅游市场营销的对策措施。

突出旅游数据的功能性

充分利用“建设全面深化改革开放试验区”的政策优势,根据“国际旅游消费中心建设发展”的实际需要,完善旅游统计机制、建立旅游数据中心、强化旅游数据应用,进一步突出旅游统计数据规范指导旅游产品国际化运营管理的功能性作用。

建立健全数据收集工作协调机制,定期或不定期研究解决旅游统计工作出现的重点问题,协调解决好行业数据“孤岛”问题,确保统计数据的全面、真实、客观、准时,为推动入境旅游市场发展提供科学的数据信息支撑。

在不断完善“旅游卫星账户”为基础的旅游统计体系的基础上,加快建立海南国际旅游大数据中心,根据旅游产业发展的实际需要,重点抓好“对世界旅游发达国家或地区旅游产业发展、海南国际客源市场和目标市场旅游需求特点和旅游消费偏好、海南旅游满意度等”方面数据的归集汇总和挖掘分析等工作。

进一步加强数据全域化归集、一体化管理和功能化利用,同时,要以数据的功能应用,推动解决“入境旅游市场定位不清晰”的问题;推动解决“入境旅游市场营销战略规划”“缺口或缺失”问题;以数据的挖掘使用,综合剖析旅游产品国际化运营问题的根源,彻底解决旅游服务“精细化不高”、产品质量提升“持续力不足”和旅游产业发展“国际化不强”的问题。

数读入境游

海南
2018年
入境旅游人数为
126.36万人次
同比增长12.9%

瑞士
2018年
入境旅游人数为
2678.4万人次
同比增长5.6%

创2010年以来
增幅新高



外国游客在三亚选购旅游产品。

增强产业组织的统筹性

借鉴瑞士成功经验,紧扣“构建全产业链”工作实际,进一步加快完善联席会议制度,设立海南省旅游联合会,优化旅游产业组织结构,突出旅游产业组织对旅游产品国际化运营管理的统筹协调作用。

根据“构建完整的旅游产业链条”的实际需要,进一步完善海南省推动旅游产业发展联席会议的统筹协调机制;研究制定旅游产业发展规划、产品运营管理和产业发展政策等,加强对旅游产业的宏观调控和行政指导。

按照“构建旅游产业链条”的要求,整合行业协会机构资源,设立海南省旅游联合会,在分工上,由各专业委员会负责对接相应行业主管部门和行业协会,从组织上确保旅游产业发展各个环节、各个链条上可能出现的问题得到有效解决。

优化产业组织工作职能。按照政企分开原则,加快转变政府职能,将政府的一些诸如旅游营销、旅游质量评定评估等事务性职能逐步转由省旅游联合会或旅游产业组织依法依规组织实施;同时,科学指导和引导产业组织协助产业发展规划编制实施、行政法规和政策的制定和实施等。

注重旅游营销的有效性

根据海南国际旅游消费中心的发展定位和目标任务,坚持市场导向,创新营销模式、强化工作措施,精准做好入境旅游营销工作,为入境旅游发展提供持续的“源动力和强引擎”。

依托高等院校和产业(行业)组织等优势,借助旅游大数据功能分析和跨文化理论研究成果,加强入境旅游市场特别是客源国(地区)和目标市场消费偏好和需求特点研究;根据旅游营销战略规划定位,结合目标市场和客源市场消费偏好和需求特点的特征,科学做好营销渠道设计,有效整合传统和现有渠道优势资源;在继续利用微信、微博和抖音等新型媒介优势组织实施营销的同时,加快推进OTA平台建设,不断拓宽网上直销渠道,在此基础上,重点抓好“智能化改造和智慧化提升”工作。

外国游客在位于保亭黎族苗族自治县的海南呀诺达雨林文化旅游区游览。
本版图片均由本报记者 武威 摄