



恰时节正美·诗意正浓

当夏日里留下的热情，
渐渐的沉淀，留下一抹浅浅
的微凉，光阴总是悄无声息的重复
着四季的轮回。风像一位“旅行家”，
四处寻找着他的风景，他来到锦绣湖畔，
湖水为他捧起一丝涟漪；他来到林荫大道，树
叶拍起手掌欢迎他；他走到哪，哪就是一幅动
人的画。

夏末初秋，世博园的大水大绿自有一番清凉，
坐在亲水平台的长椅上，静静欣赏黄昏下的夜幕和
绚烂的火烧云。晚霞满天，有一群鸟儿掠过头顶，
向远方飞去。山是暮色中的旷野，斜阳外的画卷是山
与水的交汇，光与影的交替。渐渐的，余晖洒满了在
此拍照的新人，光照下的剪影仿佛凝固了整个世
界，定格住所有的甜蜜与温馨。远处卧湖的小桥及
潺潺的流水，经过的马匹时不时传来马蹄阵阵，

如此怡人的景致宛若一幅天然的山水画卷，给世博园
的秋增添了一抹诗情画意……

清风徐来，少了百花争艳的喧闹，多了一些温情
与内敛。和着八月慵懒的风，穿行在幽静的小路上，
一片绿意便扑入眼帘，感觉格外的轻松，让人消除疲
乏，心情也随之舒畅起来。恰逢迎来一场小雨，漫无
边际的雨飘飘洒洒纷至沓来，整个世博园在被雨水轻
抚过后，显得更加生机盎然。初秋的风还没有把绿叶
吹黄，柳枝依然绿茵，低头看那锦绣湖水碧绿，微微
泛起涟漪，岸边绿树的倒影在湖中微微晃动。这
时，不禁想起苏轼那句“水光潋滟晴方好，山色
空蒙雨亦奇”。

恰时节正美，诗意正浓，来世博园感受一
份宁静，悦享初秋之旅，邂逅恬静心灵。

■李林珊
摄影/曹旭辉



潜藏于言谈举止之外 蕴含于简单生活之中

——记广运潭项目组负责人李宁

他勤恳务实、爱岗敬业，他阳光帅气、沉
稳内敛。如果他从你的身边走过，你会发现总
会留香许久，这个在工作上细致严谨的大男孩
李宁，在生活上也有着博雅的情怀和品位。

李宁热爱生活，积极向上，无论在生活还
是工作上都是一个充满正能量的人。2010年来
到运营公司，在园区管理部负责信息化筹备工
作；2011年任职信息技术部副经理，负责团队
筹建及信息化系统运维工作；2012年在安保信
息部负责信息化系统改造及运维工作，特别是
按照市旅发委要求完成“智慧景区”信息化系
统改建工作；2017年6月，按照组织安排，加入
产灞生态区精准扶贫队伍中，对临潼区仁宗街
办陈刘村的扶贫对象陈解放进行一对一帮扶；
他兢兢业业，勤勉不息，用8年的青春倾注于他

热爱的工作，用8年的
时间让自己沉淀下来。

2018年5月，李宁担任广运潭项
目组负责人一职，虽然广运潭项目是
公司的新项目，但是他作为部门负责人，
稳住部门员工情绪，顶住压力，虚心求教，领
导交办的工作事无巨细的记录下来，梳理总
结。他经常对同事说相聚就是缘分，大家齐心
协力，砥砺前行，把眼前的工作做好，把后续
的工作计划好，这样做事才能有条不紊。面对
广运潭、两堤间复杂的水域环境，他再三强调巡
查人员注意事项以及安全景区的重要性，面对
“夜游产灞”这个新兴项目，他带领团队从
前期调研到海事局备案，从无着落到有头
绪，他成为了项目的主心骨、顶梁柱，也同



时成为了我们的

“信念”。相信这支年轻的队伍

在他的带领下，一定有着超高的凝聚力和执行力，
敢拼、敢闯、敢干，永远充满活力。人如其名，李宁，
一切皆有可能！

■李娇

聚焦世园

FOCUS ON EXPO PARK

2018年9月10日

◆主编：崔怡林

◆责任编辑：赵琦 魏寒

◆主办单位：西安世博园运营管理有限公司

www.expo2011.cn

第33期

共6版



Xi'an Expo Park
西安世博园



初心不改 相约未来 ——西安世博园品牌历程及发展设想

提到西安世博园，人们大都不会吝啬溢美之词，大致因为不论是天真活泼的小朋友，还是象牙塔内的莘莘学子；又或者初入职场的年轻人，以及步履蹒跚的老年人；还有迎接人生新阶段的准新人，或是独立个性的文艺青年、时尚潮人，都能在西安世博园发现属于自己的美和快乐。我们经常听到的声音是这样的，“妈妈，这里真美啊，我可以和漂亮的导游姐姐合影吗”，“哇哦，原来仙人掌可以长这么大”；或是这样的，“我的推荐不错吧？没想到西安还有这样的地方，和我印象中的黄土高坡有些不同”，“你好，请给我一份导览图，另外我们家老人走路不太方便……给您导览图，我们这里有轮椅可以免费租借……你们服务真好”；还有这样的，“朋友推荐的摄影师技术应该还不错吧……放心啦，世博园的景这么美，随便拍拍，我们的婚纱照都会很好看的”，“都2018年了，世园音乐节还没看过？潮流明星搭配美食，今年不要再错过了哟”。一直以来，西安世博园坚持品牌初心，以科学高效的管理和较高的景区品质获得公众认可。

初出茅庐

2012年西安世博园面向公众免费开放，有世园会的珠玉在前，社会公众对世博园的期望和要求也相对较高，所以西安世博园一开始就确立了以生态景观保护为核心的品牌发展之路。从“举全市之力”办好的世园会，到自给自足的世博园；从头顶举世瞩目的光环，到西安旅游市场的“新人”；从排队售票安检入园，到面向公众免费开放，西安世博园不仅需要尽快树立良好品牌形象，同时还面临前所未有的开放式景区的管理压力。这一阶段，西安世博园主要做了几方面工作，从而迅速在西安旅游行业赢取一方立足之地，并成为冉冉升起的旅游新星。一是凭借初期良好的园区建筑景观状态，以及世园会的美誉度，集中申报各类资质和奖项，成功获得国家AAAA级旅游景区、国家生态旅游示范区、国家级水利风景区等荣誉称号，快速形成影响力；二是在上级单位的支持下，完成内设组织机构搭建，合理调配人力、物力、财力资源，开展景区运营管理工作；三是根据各业务开展情况和游客、商户等满意度追踪调查，不断积累景区运营管理经验，并持续开展制度建设工作，逐步形成科学合理的程序和模式；四是以生态环境保护为核心，探索世博园景区可持续发展道路，并筹划建立婚庆产业基地。

独当一面

2015年下半年以来，以组织机构调整为标志，西安世博园进入新的发展阶段。同时，经过几年的开放运营，以生态景观资源为主的休闲游览已无法吸引更多的游客，景区亟待调整和创新。为了激活世博园品牌活力，满足游客日益增长的多样化需求，实现可持续发展，经研究，西安世博园调整景区基调为“时尚、动感，欢乐、健康”，确立了打造“西部第一园”的远景目标，并通过几项举措进一步夯实世博园品牌基础。一是根据新形势结合实际调整制定景区发展规划，在维护景区环境品质的同时，重视推动商业合作、大力引进外部投资；二是认真梳理世博园各类资源，合理开展商业布局调整，逐步形成产业规模，成功打造婚庆文旅、休闲娱乐、健身康体、教育研学四大产业板块；三是持续组织开展世园罗曼小镇建设和运营，顺利完成招商目

打造精英团队 创建一流景区

近年来，西安世博园生态环境一直维持着良好品质，品牌影响力稳步提升，但另一方面随着使用年限增加，景区遮阳伞、垃圾桶、休憩座椅等服务设施陆续出现损坏破旧，漏上人家、延安园、珍宝馆等展园、服务区建筑不同程度呈现陈旧景象，景观喷泉、景观灯等设施也时常需要维修。此外，丝路会展中心项目、“中华千古情”项目入驻形成的施工围挡区域，约占据世博园陆地面积的1/3，在很大程度上影响了景区外观形象，加强了陈旧感。问题的产生显示出西安世博园正在经历“逆境期”，为持续维护品牌形象，西安世博园实施了应对措施。一是成立网格化管理员队伍、治污减霾工作小组，以及打击传销、野钓等专项工作小组，持续开展景观建筑修复、设施设备维修、游览秩序维护等工作，保护景区环境；二是全面统筹，根据施工围挡情况更新设置景区标识系统，合理调整交通动线，将游客游览影响降至最低；三是将各类景区活动集中在得宝门广场至欧陆风情亲水平台区域，并逐步提升罗曼街区活动举办力度，方便游客观赏互动；四是计划在世界庭院及临近区域改建婚纱摄影外景基地，并丰富园内雕塑小品，充实园区景观内容。

未来已来

不论是建筑景观修复、设施设备维修，还是设置施工围挡、张贴温馨提示，都不是帮助西安世博园走出逆境期的根本措施。当前园区环境、资源配给、市场需求的变化，以及相关政策的调整将西安世博园推向新的历史拐点，幸运的是未来的发展轮廓已初露端倪，我们打造一流品质景区的初心不变，未来一段时间西安世博园将坚持做好以下几项工作。一是坚持以世博园园区为核心，在保障园区独立性和相对完整性的基础上，计划对一塔三馆展品进行丰富提升，增加观赏性和门票含金量，另外计划对现有区域建筑景观进行修复翻新，对大型设施进行分步检修，保障基础运营，扮靓景区环境；二是始终将特色小镇建设作为重点工作，计划在现有罗曼街区基础上扩建筹建摄影外景基地、婚庆博物馆、小镇会客厅等，并通过大力发展文旅板块与世博园园区实现更深程度的互动交融；三是做好广运潭景区管理工作，通过加緊布设城市家具、合理调配人力资源、积极参与“夜游产灞”等举措迅速打开工作局面；四是在正式移交合资公司管理前，全力推动“中华千古情”项目进度，整理相关资料，完善相关手续，另外根据项目调研和市场判断，对项目建成后进行预期，着手制定调整世博园和婚庆文旅小镇招商、宣传、游客服务等制度和政策。

未来，随着全域旅游、文化旅游、特色小镇等概念愈加普及和深化，随着丝路国际会议中心、“中华千古情”两项目建成，世园文旅小镇二期扩建完成，西安世博园区域可集生态观光、生态酒店、文化旅游、文娱演艺、休闲餐饮、时尚购物、国际化会议中心、一站式婚庆服务等多功能为一身，成为旅游休闲、健身康体、教育研学、文化演艺、会议会展综合型旅游景区。同时多产业结构的融合，也将促进创业创新孵化器的发展壮大，起到增强影响力、推动区域发展的作用。届时，西安世博园景区将可能完成从产灞绿色名片到产灞全域旅游名片的转变，相信在生态区和世园集团的正确领导和大力支持下，西安世博园将焕发出新的活力，迎来发展新篇章，与公众和广大游客相约未来！

■卢宇



活动专版

·“甜蜜时光 情定罗曼”世博园为爱“搭桥”甜蜜浪漫精彩纷呈
·聚焦“甜蜜时光 情定罗曼”主题活动



A2版



人物专访

·用创意传承文化 以艺术传递情感
——访罗曼街区西安正熙艺术文化传播有限公司艺术总监张滨



B2版



世博园为爱“搭桥” 甜蜜浪漫精彩纷呈



清澈而透明、跳跃而平静，演奏家用华美的乐章在世园罗曼街区表达着爱情的美好，悠扬轻快的旋律让游客们纷纷坠入棉花糖般的舒适感，伴随着美妙的音乐，舞者们细腻迷人的舞步，轻云般慢移、旋风般疾转，成为罗曼街区一道亮丽的风景线，世博园为爱“搭桥”，精心策划的“甜蜜时光 情定罗曼”——西安世博园“我们的节日·七夕”特色主题活动，让游客们度过了一个浪漫甜蜜的七夕情人节。

七夕佳节当天，100名未婚青年在世园罗曼街区浪漫相亲会上相遇相知，现场火爆万分。除了提前报名的100名优质单身男女如约而至，更有现场观众强势围观并现场报名，气氛十分热烈。距离活动开始还有一段时间，已经提前有报名的帅哥、美女前来告白墙表达真情。

“祝我今天能脱单”、“确认过眼神，我希望能遇上对的人”、“爱情是一朵生长在悬崖峭壁边缘上的花，想摘取就必须要有勇气……”站满了各位单身小伙伴们的心愿告白墙吸引了不少游客的驻足停留。

8月18日，主题舞蹈演出、乐器演奏LIVE SHOW、花艺乞巧DIY、情侣互动游戏等活动甜蜜登场，为游客们营造了浓厚的节日氛围，其中有趣的情侣互动游戏吸引了不少游客驻足围观。此次互动游戏包括“穿针乞巧”、“心有灵犀”、“红豆最相思”三个环节。其中最受欢迎的属“心有灵犀”了，即邀请情侣或未婚青年上台，一个人比划一个人猜，猜词过程中，不许说出词条中任何一个字，以猜中最多者的获胜，即可得到爱情玫瑰送给心仪女生。几轮比赛后，一位性格开朗的女生大胆“追爱”，连续两次追问自己心仪男生的联系方式，并勇敢表白，赢得了周围单身朋友们热烈鼓励的掌声。

活动结束后，大家对此次活动赞不绝口，不仅让人释放自我，感受浪漫与激情的碰撞，还收获了心仪的ta，纷纷表示会与心仪的对象继续互动、相互了解，争取早日脱单。



聚焦“甜蜜时光·情定罗曼”主题活动



“七夕”去西安世博园里这样过，真是甜skr人~

华商报游报 前天

这个周五就是“七夕”啦！所以最近周围的气氛都变得微妙起来了，大家各种明示暗示准备收礼物过节，你呢，想好怎么过了吗？

如果还没想好怎么过，不如去世博园罗曼街区过一个甜skr人的“七夕”吧！

【世博·活动】浪漫“七夕”甜蜜升级，世博园与您共度美好时光！

西安世博园 前天

为了迎接我们的传统节日“七夕”，从昨天开始，世博园就准备了精彩的主题活动，作为节日礼物送给大家。

【世博·活动】浪漫“七夕”甜蜜升级，世博园与您共度美好时光！

西安世博园 3天前

在爱的陪伴中，七夕的牛郎织女七夕情人节即将来临，在这浪漫的时刻，让我们一起感受七夕的甜蜜与浪漫。

七夕，又称七夕节、乞巧节，关于牛郎织女鹊桥相会的爱情故事，流传已久。七夕节，是中国的传统节日之一，也是牛郎织女鹊桥相会的日子。七夕节，是中国的传统节日之一，也是牛郎织女鹊桥相会的日子。

西安世博园 浪漫“七夕”甜蜜升级，与所有人共度美好时光

华商报游报 前天

为了迎接传统节日“七夕”，从昨天开始，西安世博园就准备了精彩的主题活动，作为节日礼物送给大家。

【世博·活动】浪漫“七夕”甜蜜升级，世博园与您共度美好时光！

西安世博园 3天前

在爱的陪伴中，七夕的牛郎织女七夕情人节即将来临，在这浪漫的时刻，让我们一起感受七夕的甜蜜与浪漫。

七夕，又称七夕节、乞巧节，关于牛郎织女鹊桥相会的爱情故事，流传已久。七夕节，是中国的传统节日之一，也是牛郎织女鹊桥相会的日子。七夕节，是中国的传统节日之一，也是牛郎织女鹊桥相会的日子。



西安世博园 浪漫“七夕”甜蜜升级，与所有人共度美好时光

华商报游报 前天

为了迎接传统节日“七夕”，从昨天开始，西安世博园就准备了精彩的主题活动，作为节日礼物送给大家。

【世博·活动】浪漫“七夕”甜蜜升级，世博园与您共度美好时光！

西安世博园 3天前

在爱的陪伴中，七夕的牛郎织女七夕情人节即将来临，在这浪漫的时刻，让我们一起感受七夕的甜蜜与浪漫。

七夕，又称七夕节、乞巧节，关于牛郎织女鹊桥相会的爱情故事，流传已久。七夕节，是中国的传统节日之一，也是牛郎织女鹊桥相会的日子。七夕节，是中国的传统节日之一，也是牛郎织女鹊桥相会的日子。

引领健康生活 世博园打造绿色健步道



为开展全民健身活动，推进体育强国建设，提高市民、游客身体素质，倡导绿色健康的生活方式，打造全面健身活动新阵地，世博园景区结合绿色、生态以及园内优美的自然环境，打造了一条绿色健步道，为市民提供了休闲放松、健身运动的理想场所。

作为负责此次健步道工作的主导部门，企划宣传部根据公司安排，结合景区实际情况及领导意见，多次深入园区实地考察，并积极与经验丰富的专业人员交流、沟通，规划了这条宽2.2米、全长4公里的健步道。该健步道以儿童萌宠广场为起点，经长安塔环线（逆时针）、贵宾入口，最终到达瀕河东路，沿途风景优美、绿树成荫，更能将“一塔三馆”的风姿尽收眼底。除此之外，企划宣传部还根据景区大水大绿的景观特色，为健步道设计了绿色的标识系统，标识整体造型具有强烈的现代气息，外观造型设计动静结合，展现出动感运动的特质。健步道每隔200米标有步行米数，每隔500米配有健身指导标识牌，沿线还设有停车场、休息椅、商业棚亭、卫生间等配套设施，大大方便了前来健步运动的游人。

西安世博园健步道不仅丰富了游客的游园体验，更进一步落实了市委市政府“丰富提升、惠民利民”的有关要求，大大提升了世博园的品牌形象。企划宣传部将不断加强业务能力、充分履行部门职责，全力做好树立、宣传、优化世博园品牌形象的各项工作，推动世博园品牌的知名度和美誉度不断上升。

广运潭项目组 广运潭公园正式上线 现已全面进入验收阶段

广运潭公园建设项目作为浐灞生态区的一项重点建设项目，是恢复城市生态、共建美丽西安的佳作之一。

广运潭公园南起A号橡胶坝，北至绕城高速，东临瀕河东路，西临瀕河西路，项目总占地面积31万㎡，目前建成的是瀕河左岸，现已正式进入移交阶段。由广运潭项目组对接世园园林公司进行最后移交，移交从护滩工程、拦水坝工程、景观配套三方面进行，项目组树立大局意识，落实责任，按照瀕河河道综合治理建设工程竣工图及实测清单，进行现场逐一确认，发现问题及时与园林公司进行沟通改进，有序衔接，扎实推进，确保移交工作顺利进行。同时项目组完善园区相关配套设施，配备相应数量保安、保洁及标识标牌，一切以便民为原则，为广运潭公园顺利开园做好万全准备！

■宁黄秋 李娇

积极推行湖长“打卡”制 倾力打造世博园可持续发展生态品牌

世博园锦绣湖是2011年世园会前浐灞生态区对瀕河东岸大量沙坑进行整治改造、铺设土工膜料后形成的人工湖泊。锦绣湖从瀕河C1号坝上引水，引水流量为每秒2.5立方米，入湖口设置了闸室及反砂池，退水口分别位于瀕河东三环南、北两处。锦绣湖水体总量约200万立方米，水域面积约100万平方米。

自2018年生态区实施河（湖）长制以来，运营公司严格按照《西安浐灞生态区河湖长制实施方案》要求，积极主动地组织三、四级湖长对锦绣湖开展认真巡查，及时巡查督促锦绣湖漂浮物的打捞、清理及整改工作，并将问题处理结果及时上报生态管理局。

遵照省、市河（湖）长制的部署要求，世博园锦绣湖四级湖长积极参加生态区河长APP管理信息系统会议培训及文件学习，下载并安装钉钉软件、熟悉软件系统内待办事件、河道巡查、湖长工作台、随手拍等功能设置。三级湖长坚持每两日打卡一次，四级湖长每日打卡两次巡查，将巡湖发现的问题通过APP上传至河（湖）长制软件平台，市河长办工作人员通过平台管理也能及时交办问题。截止目前，三级湖长完成巡查54次，发现问题15个，解决问题15个；四级湖长累计巡查216次，发现问题32个，解决问题32个。

西安河（湖）长制APP管理信息系统，切实提高了河（湖）长制的日常工作效率和信息化管理水平，畅通了群众监督投诉渠道，强化巡查效果，促进河湖数字化监管，同时，对巡湖发现的问题能够做到及时发现、及时上报、及时处理。

■张艳霞

突破专业技术 提升消防安全

安全是企业发展的的前提，消防安全则是重中之重。世博园着力提升“一塔两馆及内湖喷泉”消防安全工作，确保各项工作平稳有序进行。8月3日上午，副总经理翟少舟同志带队对本次提升工程进行竣工验收，对此次工作给予充分的肯定。

园区管理部开展展馆消防演练工作，不断提升消防安全管理。一是检修长安塔喷淋管网，更换破损喷头，采用电动阀控制喷淋管网注水技术，加装电动阀门。不仅有效解决了自动喷水系统注水时间过长、冬季极端天气管网冻漏等不利情况，而且大大节省了工程费用，实现了安全与经济的双赢。二是增设自然馆火灾报警控制系统，检修消防给水稳压装置。在机房及大厅、工作区域安装报警设备，如声光报警器、手动报警按钮、感烟探测器等设备，极大的完善了自然馆消防系统，具备了火灾报警、消防联动控制的功能。三是动力中心温感、烟感气灭火灾报警信息并网。将长安塔动力中心配电室各机房消防水泵房的温感、感烟气体火灾报警系统信号并网，在长安塔消防中控室接收火灾信号。四是检修珍宝馆消防给水稳压装置。对珍宝馆消防给水稳压系统进行检修，恢复稳压功能，保障消防供水。五是内湖喷泉气体灭火系统药剂充装维护。

■孙倩

游客服务部



为抓好景区“第一张名片”素质培养，提升景区一线员工精湛技艺与专业精神，7月27日，游客服务部组织开展2018年度一线员工星级评定考核。副总经理翟少舟同志以及综合管理部、游客服务部相关责任部门负责人担任此次星级评定评委。

此次参评人员为景区接待员和售票员，考核内容为命题文稿演讲、服务场景模拟、知识问答及才艺表演四个部分。考评以现场抽签的形式进行，评委从一线员工的仪容仪表、服务礼仪、语言表达、随机应变能力等多方面表现进行现场打分。在此次评定过程中，全体一线员工不仅展示了日常工作中的服务意识和业务技能，更展现出了昔日努力、今日自信的风采，每一位一线员工在考评中互相学习，汲取经验，弥补不足。本次考核评选出五星员工2名，四星员工5名，三星员工4名。

考评结束后，翟少舟同志对此次考评进行点评，充分肯定一线服务人员的良好表现，并对今后的工作给予指导与建议，同时强调一线员工在日常工作中处于与游客零距离接触的第一线，服务的优质程度直接影响游客对景区的印象，从而影响景区的美誉度，要尽职尽责的把景区一线服务工作做好做优。

此次星级评定是游客服务部今年以来组织的第2次考核，属于景区整体服务提升行动的重要环节之一，旨在通过每一次考核将景区服务做到精益求精，让来到世博园的每一位游客都能真切地感受到与景区风景优美相媲美的精品服务。

■李晓雅

综合管理部 积极开展公司规章制度汇编工作

为适应运营公司转型发展需要，健全规范规章制度体系建设，综合管理部与公司各部门积极沟通，厘清制度框架、规范规章制度体系、校对文本格式，于近期开展了运营公司规章制度汇编工作。截止目前，本次制度汇编工作共收录制度近100项，涵盖财务费用、人事管理、考核奖惩、工作纪律、组织架构及薪酬管理等多个方面，对公司健全决策程序、规范流程提供了有力支持，体现了公司规章制度建设工作所取得的阶段性成果。

下一步，综合管理部将持续与各部门密切配合，做好规章制度制定、试行制度更新等各项工作，为公司的科学发展及有序运维提供制度保障。

■李书乐

财务部 开拓思路 进一步加强业务学习

7月27日，财务部派员参加了广联达公司组织的陕西建设行业BIM应用研讨会。会议讨论了数字建筑时代下BIM业务集成交付、BIM在全过程工程咨询项目的应用、BIM落地产品方案及应用案例分享，让员工进一步了解了BIM在实际工作中的集合作用，从而提高建筑施工全过程的运行效率，及时准确地提供数据信息，增进工作效率。

■赵如如

第一分公司 扎实开展消防演练 确保消防安全



为切实加强罗曼街区消防安全管理，普及消防安全知识，进一步提高工作人员火灾事故的处置能力和灭火救援实战能力，8月7日上午，第一分公司组织方瑞物业及街区商户负责人在罗曼街区进行了夏季消防安全培训及演练。

分公司邀请中国安全教育健康网讲师李刚就火灾事件案例进行了现场培训。培训讲解了火灾形成类型、如何检查消除安全隐患、如何正确报火警、火灾发生后采取的措施、如何正确逃生及自救知识等方面的问题。通过分析讲解发生的一些重大真实火灾案例，不仅增强了大家的消防安全意识和责任意识，同时进一步加深了大家对火灾危害的认知。此外讲师还在实操演练中重点对灭火器的如何使用进行了详细的现场讲解，所有参会商户负责人及物业公司工作人员在讲师的指导下，依次进行了灭火演练。

通过此次消防演练，不仅使大家增强了消防意识，提高了火灾救援的实战能力，还要求大家做到警钟长鸣，预防为主，防消结合，防患于未然，为街区安全生产创造良好的消防安全环境。

■李玉秀

商业经营部 开展商户消防检查 筑牢安全生产防线

近日，为切实加强园区商户消防安全工作，预防和减少火灾事故的发生，保障园区夏季防火工作万无一失，商业经营部对世博园所有商户的夏季用电安全及消防安全进行了全面检查，确保园区及游客游园安全。

此次检查范围为园区棚亭、餐饮、室内外游乐场。重点检查每家商户的灭火器配备数量、经营人是否能熟练操作灭火设备、经营场所电线是否符合规范要求、是否定期开展消防安全培训等问题。检查中，工作人员首先对商户周边环境、消防器材以及用电用火等情况进行了认真查看，要求商户管理人员加强日常监管，提高消防意识，并叮嘱商户负责人经常检查日常用火用电设施，一些陈旧的电器和线路要及时整修。同时对商户就安全知识进行培训，提高商户的安全意识。公司要求所有商户配备足量合格有效的灭火器，擦拭干净，并摆放在明显位置。商户没有配备灭火器，或灭火器过期，压力不足、不合乎使用规范的，必须当日补充到位。

针对查出的问题，商业部第一时间组织工作人员入园复查、整改。通过此次检查，进一步提高了商户的消防安全意识，彻查了消防安全隐患，为夏季安全生产打下了坚实基础。

■王瑞

安保信息部 世博园首届秩序体能提升活动圆满落幕



7月13日，由安保信息部组织的首届世博园秩序体能提升活动圆满落幕，点燃了夏日激情，绽放了青春活力。本次活动旨在提高世博园仁达保安秩序队员的专业技能及体能，加强保安队伍建设，活跃一线安保人员的文化生活，增强团队凝聚力。在抓好保安基础技能体能训练的前提下，做到全员培训、全员考核、进一步提高秩序队员的综合素质。

本次活动由50米负重跑、拔河、俯卧撑及劈手腕四个项目组成，安保部负责人号召全体员工积极参与、团结拼搏、快乐工作，展现勇于进取的精神风貌和顽强拼搏的时代风采，同时也要把这种精神传承到工作中去，推动安保工作再上新台阶。随后，每支小组在各自的区域进行了风采展示并喊出自己的响亮口号，展示团队风采。为了能在最短的时间内创造最佳的成绩，各方队员都拼尽全力，现场加油声、助威声此起彼伏，欢声笑语不断。

通过此次体能提升活动，不仅提高了安保人员的团队凝聚力，更好的做好安全防范工作，还大大加强了安保人员的身体素质技能建设，提升了队伍整体形象，取得了良好的效果。

■郭婧

旅游供给品质化不仅在于创新产品供给，还需加强旅游服务，通过实施旅游服务品牌化、标准化、智能化以及加强人才建设等从旅游供给侧方面做出重大变革。在旅游服务的品牌化、标准化与智能化等战略体系中，以品牌化提高满意度是重中之重。

国务院办公厅日前印发的《关于促进全域旅游发展的指导意见》(以下简称《指导意见》)提出，加强旅游服务，提升满意度指数。《指导意见》将旅游供给品质化作为全域旅游发展主要目标之一。笔者认为，旅游供给品质化不仅在于创新产品供给，还需要加强旅游服务，通过实施旅游服务品牌化、标准化、智能化以及加强人才建设等从旅游供给侧方面做出重大变革。在旅游服务的品牌化、标准化与智能化等战略体系中，以品牌化提高满意度是重中之重。

以品牌化提高满意度是全域旅游本身发展需要，也是满足人民日益增长的美好生活的需要。党的十八大以来，品牌建设上升到国家战略。习近平总书记提出，“推动中国制造向中国创造转变、中国速度向中国质量转变、中国产品向中国品牌转变”。可见，旅游发展的最高层次是旅游产品向旅游品牌的转变。《指导意见》多处强调旅游品牌问题。全域旅游本身就是旅游品牌化发展的产物，它迎合旅游品牌竞争从个体产品、单个企业到区域品牌发展。以旅游区域品牌化提高满意度，就是把“区域公共品牌”作为区域整体形象推出，这是区域

以品牌化提升旅游服务品质

旅游发展的高级形态。区域旅游品牌化策略并不否定个别品牌的打造，今后的方向应是个别品牌加区域品牌战略。塑造个别品牌要重视对旅游服务质量标杆品牌的建树，推出优质旅游服务品牌。这方面的努力可以得到两个结果：个别品牌的独特性可以满足游客个性化需求;区域品牌发展可以改变以景区景点为主的旅游产品初级发展阶段，产生大合唱一样的整体效果，以综合旅游目的地服务满足游客多方需求。

以品牌化提高满意度需要改变评价机制，建立以游客评价为主的旅游目的地评价体系。《指导意见》体现了发展旅游目的是满足人民美好生活需要、把旅游发展的供给导向转化为需求导向，这是一大根本性改变，在旅游业发展史上具有里程碑作用。国际上的品牌评价机制各不相同，但都以体现市场与消费导向为主。国务院在《关于加快发展生产性服务业促进产业结构调整升级的指导意见》中明确提出，要建立中国特色的品牌价值评价机制。因此，建立以游客评价为主的旅游目的地评价体系有助于优秀区域旅游品牌打造。如澳大利亚世界文化遗产地、美国加州酒庄、法国葡萄酒原产地等既彰显区域历史、文化优势，也彰显区域旅游目的地优势。我国区域旅游品牌数量众多、历史文化底蕴深厚，特别是各种文化遗产、特色旅游小镇的旅游目的地培育急需引进游客导向的评价机制，避免倾向于供给侧导向

的评价体系，造成与市场接受程度相去甚远的结果。

建立适当的评价机制涉及旅游目的地发展如何在政府、行业企业以及游客利益中找到均衡点，防止某些地方拍脑袋决策的失误，防止某些规划、策划专家主观化的意志造成不当决策，防止地方政府为政绩进行不当旅游开发。因此，要推动旅游目的地在游客导向、国内国际知名度、美誉度等方面下大工夫。

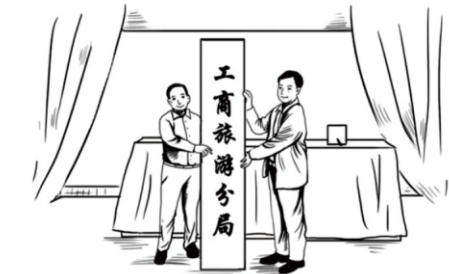
旅游品牌化发展与标准化息息相关。只有建立既体现区域特色又满足现代旅游服务业发展需要的旅游标准体系，才能推动旅游业向现代化、集约化、品质化、国际化方向发展。因此，区域旅游发展需建立符合国际旅游标准，并与国家标准和行业标准相衔接的标准化体系，在提升旅游软实力上下工夫。

与此同时，还需建立优质服务导向的人才体系，培养引领旅游产业升级和服务标准化的高技能人才队伍。在涉旅行业全员培训基础上，实施“优秀导游”培训工程尤其重要。《指导意见》指出，要全面开展导游培训，组织导游服务技能竞赛，建设导游服务网络平台，切实提高导游服务水平。优秀导游是充分展示旅游目的地形象的一线服务高技能人才。培养优秀导游一方面需要建立选拔、培训、管理、激励等机制，另一方面要规范服务礼仪与服务流程，

(信息来源：中国旅游网)
作者：特约评论员 张苗荧 编辑：何宁

全域旅游大词汇

工商旅游分局



我国旅游正从“景点旅游”向“全域旅游”转变，各地纷纷建立与之相适应的旅游治理机制，设立工商旅游分局就是举措之一。

2016年2月1日，国家旅游局、公安部、工商总局在三亚市召开全国旅游市场秩序整治工作会议现场交流会，推动在全国推广“工商旅游分局”。工商旅游分局，是把工商的专属职能因地制宜地融入旅游市场监管中，使工商的职能服务于旅游市场秩序整治工作。各地已成立了一批工商旅游分局，在引导企业诚信经营、畅通投诉渠道、提升旅游消费维权便利化水平以及加强协作、推进旅游市场综合管理等方面做了大量工作，为旅游消费纠纷提供快速解决通道，适应了旅游产业面广、点多、分散的现状，符合旅游市场综合监管的需要，是治理旅游市场秩序的一把“利器”。

导游体制改革



导游体制改革是指从改革考试培训注册制度、改革导游执业制度、健全执业保障体系、建立综合监管体制、建立健全导游协会组织、创新导游激励机制等六个方面，推动“互联网+导游领队”、导游薪酬激励等“十项重点工程”，制定导游管理体制改

革办法、服务合同等系列文件，建设导游公共服务平台。

当前，我国正处于从景点旅游向全域旅游发展转变阶段。推进导游体制改革，有利于深入推进依法治国和依法兴旅治旅，进一步健全现行的旅游市场监管法律法规体系，从而改变导游封闭式管理与开放型市场、综合型产业不相适应的状况；有利于帮助导游摆脱旅行社、景区景点的束缚，作为独立市场要素，服务旅游全产业链；有利于推进供给侧结构性改革，有效提高导游服务“质量供给”，充分满足旅游市场需求。

旅游巡回法庭



十八大以来，为贯彻落实习近平总书记关于全面依法治国的重要论述，适应全域旅游发展新形势新格局新要求，各地党委、政府加快探索建立现代旅游治理机制的步伐，提升依法治旅的水平。

《中共中央关于全面推进依法治国若干重大问题的决定》提出“完善调解、仲裁、行政裁决、行政复议、诉讼等有机衔接、相互协调的多元化纠纷解决机制”。2016年3月1日，国家旅游局会同最高人民法院印发《关于进一步发挥审判职能作用促进旅游业健康发展的通知》提出，近年来，随着人民生活水平的提高，旅游市场发展迅速，起诉到人民法院的旅游纠纷案件也呈持续增长态势。充分发挥人民法院和旅游主管部门在审判和行政调解、行政执法等方面的职能作用，积极形成合力，及时、有效解决旅游纠纷，对保护旅游者权益、保障旅游活动顺利进行、化解群体性矛盾具有重要意义。各级人民法院和各地旅游委(局)应进一步发挥人民法院和旅游主管部门职能作用，维护旅游者和旅游经营者合法权益，更好地规范旅游市场秩序，保障和促进旅游业持续健康发展。

根据《通知》精神，全国各地积极建立人民法院与旅游主管部门解决旅游纠纷的沟通交流机制，目前已有一大批省(区、市)已经创建或正在筹建旅游巡回法庭，有针对性地加强旅游景区等游客相对集中区域派出法庭建设和巡回审判工作，不断提高化解旅游纠纷的能力水平，努力构建规范有序、和谐稳定的旅游市场，为促进旅游业持续健康发展做出积极贡献。



用创意传承文化 以艺术传递情感

——访罗曼街区西安正熙艺术文化传播有限公司艺术总监张滨

■ 您好，感谢您在百忙之中接受《聚焦世园》报刊的采访，请您介绍一下西安正熙艺术文化传播有限公司。

张：好的，西安正熙艺术文化传播有限公司是一个立足于中国传统文化，在中华民族深厚文化底蕴的基础上开拓创新发展起来的文化类公司，是以服饰文化和玉文化为载体集广告策划、市场推广、活动招商等为一体的专业化文化传播机构。

公司自成立以来，凭借良好的协调能力、专业的行业操作规范，遵循“策划优良、服务到位、价格合理”的经营宗旨，为客户提供全方位细致周到的服务。我们先后同韩国三星电子公司、WE电子竞技俱乐部、上海希歌文化传播有限公司等有过深度商业合作。通过卓越有成效的合作，公司赢得了广大客户的一致好评。

■ 是什么样的机缘让您被服饰文化与玉文化所吸引呢？

张：我想每个男孩在高中时期都会非常迷恋历史，参照历史这面镜子，可以养成敏锐的世情嗅觉，跳出人性的盲点。我们了解历史并不是作为向他人炫耀的资本，而是了解过去、了解历史、了解文化。在学习历史的过程中，我逐渐被新疆和田美玉厚重的文化内涵所吸引，古人将玉当做美好物品的标志和君子风范的象征，与人的道德品行相联系，不仅如此，玉石饰品更是文化、艺术的载体，每一种玉雕图案，都代表着人们对一些理念的追求和向往，正所谓“玉必有工、工必有意、意必吉祥”，服饰也是如此，中国服饰的历史源远流长，从原始社会、商周、春秋战国、秦汉、魏晋南北朝、隋唐、宋辽夏金元、明清，到近现代，都以鲜明的特色为世界所瞩目。

出于对玉石的喜爱，我在2002年只身来到了新疆昆仑山北，塔克拉玛干沙漠南缘的丝绸之路南线，东边阿尔金山脉的若羌县至西边喀喇昆仑山的塔什库干县1200多公里的范围产出和田玉原材料的矿区，来回来回就是15年，对新疆和田玉的各地产出形态特征都做了细致地研究调查。通过不断地



学习与钻研，在2017年获得了高级珠宝鉴定师资格。

■ 请您给我们介绍一下西安正熙艺术文化传播有限公司传递了怎样的玉文化与服饰文化？

张：通过调查我们发现市场上仿古服饰产品逐渐增多，但大多停留在拍照和表演的水平，只追求形似却不注重内涵。而我们作为一个专业的文化传播团队有义务发出正能量的声音，做些实实在在的事情。我们公司根据《周礼》、《仪礼》和《礼记》等大量历史文献记载，把周秦汉唐明清的礼服逐一做了梳理，整理了一整套较完善的资料。我们把士大夫一级的服饰按照当时的尺度、面料颜色和款式1:1复制，包括佩戴的玉组佩和礼器，让现代人可以和古老文明零距离接触，产生真正意义的互动，让“文化”活起来！同时正熙文化公司传承八千年中华玉文化，融汇古典浪漫与现代奢华于一体，打破和田玉经营的传统旧模式，化整为零，将和田玉演变为当代珠宝首饰艺术，既不失天然魅力神韵，又富有深厚的文化内涵。

西安正熙艺术文化传播有限公司不是一个做仿古衣服的裁缝，也不是一个琢磨复制玉器的玉人，而是通过实际行动，深度挖掘两种物品本身传递的文化信息，用创造力让传统文化走进生活，用鲜活的文化企业与市场让传统文化迈向世界，用深厚的文化内涵为文化产业发展提供充足养分，让传统文化走向未来。

■ 了解到贵公司注册了“关中冷娃”和“关中女子”这两个商标，您能跟我们简单介绍一下吗？

张：我们通过对本土文化的理解和发掘，注册了“关中冷娃”和“关中女子”这两个商标，针对目前关中东地区的文化产业，通过“文化+智能+绿色环保”的经营理念打造出具有关中文化代表的文创产品。主要以珠宝首饰、服装、绿色环保软木、布艺家居系列、纯天然亚麻家纺、原瓶原装进口红酒等系列产品做为客户的商务礼品、广告宣传的媒介载体。我们秉承“国人当自强，我们有一套”的

宣传口号对陕西本土文化进行深度提炼，搭建大众与历史与文化沟通的桥梁。

■ 说到文创产品，您认为文创产品的发展前景如何？怎样才能打造出好的文创产品呢？

张：文创是当今社会的一大热点话题。近几年，随着人们生活水平的提高，越来越多的城市和地区都逐渐加大对文创业态的占比，争相引入各类文创品牌，一方面可以增加客流量，另一方面可以通过文创品牌增加消费者的体验感，打造实体经济的软实力。

很多人都在做文创产品，但真正出彩的东西既需要设计师的奇思妙想，也需要消费者的认可，更需要生产商对文化有专业且深刻的理解。近年来，以博物馆馆藏文物为元素的文化创意产品和具有本土特色的时尚旅游商品不断出现在公众的视野中。如我们西安的兵马俑系列、“唐妞”等系列、“西安礼物”等文创产品，既贴合了消费者的兴趣又彰显了我们深厚的文化历史内涵，因此受到了来自海内外游客的追捧，这些萌萌哒的陕西新代言人，变成了生活实用品，进入到更多人的生活中，为历史文化的传承起到了积极的促进作用，西安文创产业未来的发展非常值得期待，让我们拭目以待！

■ 可以谈一谈您对企业未来的发展有什么想法吗？

张：作为一个艺术文化传播企业，我们肩负着文化传播的重任，但我们也知道，让大众接受并喜欢我们的文化产品还需要一个漫长的过程，这就要求我们必须不断地探索、尝试更多与文化传播有关的切入点，丰富、扩大业务范围，寻找合适的发展模式。未来我们还计划经营文创产品的实体店、开通网店、开发制作企业APP等，努力把企业打造成文化传播的综合媒体平台。

最后，我要特别感谢世博园运营公司为我们企业入驻罗曼街区提供的大力支持，我们很期待以后与运营公司有更多、更好的合作。

■ 魏寒