焦作云台山旅游发展有限公司

基本情况和主要先进事迹

云台山是全国人气最旺的山水景区之一，集全球首批世界地质公园、首批国家5A级旅游景区、国家级风景名胜区等一个世界级、十个国家级称号于一身，年接待游客达700万人次，带动修武县3.81万人就业，充分发挥了景区龙头带动效应。近年来，景区以文旅文创融合战略为引领，以游客需求为导向，以转型升级为主线、管理服务为核心、项目建设为抓手、市场营销为支撑，努力实现从数量增长转向质量提升，从门票经济转向产业经济，从观光型转向休闲度假型的高质量转型发展目标，实现了从“云台山现象”到“云台山新现象”的华丽转身。

一、抓品牌营销，提升市场影响力。面对复杂多变的旅游市场，云台山科学求变、主动应变，以市场需求为导向，多管齐下，不断提升市场声量和品牌影响力。在活动上，持续打造优化云台山汉服花朝节、云台山音乐节、云台山冰雪嘉年华等品牌IP活动，形成云台山独有的文化品牌IP；在营销政策上，连续两年推出惠民年卡，提前实现“云锁客”。推出面向全国游客免门票、面向全国00后免门票，快速激活暑期市场。推出面向全国游客发放3000万消费券再度精准发力，进一步激发消费活力；在媒体宣传上，营销矩阵全面发力，利用抖音、快手等自媒体平台及主流媒体进行宣传推广，开展“云直播”，吸引更多年轻人关注景区，邀请网红达人到景区深度打卡体验，产出高质量短视频内容，形成传播合力，保持品牌曝光度和露出度。根据中国旅游报社、中国社会科学院和阿里巴巴集团共同组建的文旅产业指数实验室数据显示，云台山新媒体传播力长期位列榜单领跑全国。

二、抓项目建设，增强转型驱动力。围绕“建成一批、推进一批、盘活一批、谋划一批”的思路，把游客需求转变为项目建设内容，用“云系列”项目把客流量转化为消费量。近年来，云台山夜游、云台山文化旅游学院、凤凰岭索道、云台山攀岩、云台山小吃城、猕猴谷生态科普营地项目、云景球幕影院等一批项目建成后迅速成为亮点，吸引了更多的游客到云台山“观美景、品美食、住美宿、赏夜游、逛小镇”，游客的参与度和体验度得到大幅提升，取得了良好的经济效益，转型发展的项目动能逐渐显现发力。

三、抓管理服务，巩固核心竞争力。认真践行“感动每一位游客”的服务承诺，充分发挥智慧景区作用，获得了游客的持续点赞。在线下服务方面，努力让人成为最美的风景，不断优化“五员一体”服务模式，以“一专多能”的服务素质第一时间向游客提供最需要的服务，建立三级管理制度，持续巩固人事和薪酬制度改革成果，把服务质量和薪酬相挂钩，充分调动员工的积极性，让云台山人的拼劲和服务游客的亲劲持续迸发出来；在线上服务方面，突出大数据分析、智慧化引流等智慧管理作用，把预约入园、一键救援、刷脸入园等智慧化功能融入景区游览服务当中，真正让服务从景区内延伸到景区外，从线下拓展到线上，让智能化为游客带来便利。景区连续4年重游率达到了25%，精致服务、品质游览让景区的口碑节节攀升，也让云台山成为全省A级景区优质服务的标杆。

四、抓文旅融合，激发文旅新活力。通过深挖景区文化底蕴，把竹林七贤文化作为景区特色文化旅游品牌来培育，推出山水景区沉浸式国风演艺《七贤游园》，将历史文化与旅游深度融合,以实景演艺、活动体现等方式呈现出来，让历史人物“动起来”，传统文化“活起来”，用年轻人喜闻乐见的方式表达优秀传统文化，激起青年人的共鸣，让传统文化和云台山水迸发出新活力，推进旅游与文化产业跨界融合、协同发展。

五、抓市场复苏，强化攻坚战斗力。面对复杂严峻的疫情形势，云台山认真落实各级疫情防控的决策部署，以积极的态度迎接挑战，积极谋划、精准施策，迅速进入市场复苏的“快车道”。为了激活市场，重点推出“面向全国游客免门票”、云台山音乐露营地和“元宇宙”三张牌，通过“政策+新业态+宣传”的组合方式，快速实现市场复苏，带动周边民宿、餐饮、购物等文旅产业链迅速回暖，“一房难求”的火爆场景再次出现。为了保持声量，以年轻人热衷的方式，把云台山新媒体矩阵用活用好，坚持每天线上直播，吸引了十余万人在线“云赏”，实现了在常态化疫情防控下，宣传力度不减、市场声量不断。