基本情况和先进事例

云台山风景管理局局长、党委副书记马春明

马春明同志政治立场坚定，对党忠诚，能够牢固树立“四个意识”，坚定“四个自信”，坚决做到“两个维护”，具有很强的政治意识、大局意识、核心意识、看齐意识。特别是近年来，面对疫情和汛情的强烈冲击，他带领云台山景区上下一心，以文旅文创融合战略为引领，以游客需求为导向，克难攻坚、爬坡过坎，逐步完成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，实现景区年接待游客700万人次，带动3.81万人就业，创造了“云台山新现象”。

一、创新驱动，布局文旅新业态。2017年,马春明调任云台山景区工作。彼时，景区面临着大众化旅游时代对景区转型的要求，该同志着眼长远布局景区高品质转型，深入学习、反复研究，形成了“谋划一批、建设一批、运营一批、储备一批”的工作路径，培育了16个总投资200亿元的文化旅游高品质新业态。经过5年的打磨，云台山夜游、云台山文化旅游学院、茱萸峰和凤凰岭索道、云台山攀岩、云台山猕猴谷生态科普营地等一批项目建成投用，云台山门票收入占比由过去的90%降低到50%。这些项目给足了景区转型发展、抵御风险的底气，游客的参与度和体验度得到了大幅提升。

二、品牌赋能，开创市场新局面。该同志始终把市场开发作为景区核心工作，以塑造“行走河南·读懂中国”品牌为引领，在市场建设上求创新、求突破、求提升，成功把云台山汉服花朝节、云台山音乐节、云台山电音节、云台山国际马拉松、云台山冰雪嘉年华等一批活动推向市场，让品牌更加年轻化、多元化；把竹林七贤等传统文化，以沉浸式实景演艺、动漫人物等方式呈现出来，激起“Z世代”青年人的共鸣，“国潮、音乐、时尚”的新标签让云台山迸发出了新活力，获得了千万次点赞、亿万次曝光，吸引了央视、人民网、新华网、今日头条等百余家媒体关注，云台山新媒体影响力长期位居全国景区前三甲，实现了有效的社群营销和流量转化。

三、游客至上，构建服务新体系。在全国率先提出“感动每一位游客”的服务理念和构建了“五员一体”的服务体系。他带领2000名员工深入落实人人都是安全员、服务员、保洁员、救护员、宣传员，以“一专多能”的服务素质迅速转变角色，向游客提供最需要的服务。围绕数字赋能，打造智慧化、管家式服务，使景区的服务从游客出行前的精准认知，出行中的快捷引导，到游览中的舒适体验，游览后的评价反馈，做到“全环节”参与。云台山连续4年重游率达到了25%，云台山服务管理规范入编全国旅游景区标准化服务体系被全国推广，荣获了国家级文明旅游示范单位和河南省首批五钻级智慧景区等称号。

四、冲刺上市，打造文旅融合劲旅。该同志坚持世界眼光、高点定位，组织景区团队和上市指导团队深度结合，逐步攻克上市各项难关，规范各项经营管理活动，从业务独立、资产独立、人事独立、机构独立、财务独立等五个方面着眼，做了大量的上市前期准备工作，逐步解决了许多影响上市的障碍问题。目前公司的法人治理结构、规范运作和财务指标均符合证监会对拟上市企业的要求，正在向主板上市目标奋力迈进。