

李春晓：企业无信不富



郑州晚报发起成立的“旅游机构诚信联盟”，意义非同一般，它标志着河南旅游市场已经上升规范到一个新的高度。游客满意，是我们的最高宗旨；市场规范，才能确保游客的利益不受任何损失，才能保证旅游市场的稳定和发展。这对于河南旅游市场来说，是一件大事，也是一件喜事，不仅让旅游人找到了旅游发展新方向，同时也增强了旅游人对作好今后旅游的信心。

——康百万庄园保护所所长 李春晓

采访中李春晓告诉记者，中华民族自古以来推崇“诚信”二字。“人无信不立，企业无信不富”。

诚信不仅是构建和谐社会的需要，也是标本兼治旅游市场秩序、维护旅游企业和旅游消费者合法权益，树立品牌旅游企业的需要。近些年来，随着国民经济的快速增长和人民生活水平的不断提高，旅游市场日渐繁荣，给旅游行业带来了机遇和利益。在利益面前旅游企业能否保持清醒头脑，是否坚持诚信经营，旅游环境是否和谐有序？如何克服旅游诚信缺失，创建诚信和谐的旅游环境，一度成为社会关注的热点问题。

就旅游来说，监督管理双方的统一性，首先表现为主体和对象的统一，旅游业的持续健康发展是旅游人的共同利益所在；其次是

旅游监督主体也要接受对象的监督，同时也包括后者对前者监督管理行为合法性、合理性和必要性的监督。

2月23日，康百万庄园又一处建筑瑰宝——康家祠堂已开始动工，进行修复和保护。这对于康百万庄园以后的发展具有重要意义，它不仅提高了游客的游览时间，也增加了游客参观时的观赏性和趣味性，这对于让游客更加深刻地了解豫商文化、康家精神有极大的帮助。同时，康家祠堂的修复也为康家后人寻根祭祖提供了便利条件。

2012年，康百万庄园将会在原有成绩的基础上，继续加大开发力度，继续扩大康百万庄园的宣传和知名度，继续将“七月葡萄节”“十一民俗文化节”等特色活动，打造成康百万庄园甚至河南旅游精品活动。

记者 刘书芝



陈永香：1+1，诚信很简单

和其他商品一样，旅游企业要讲诚信，首先是产品质量要好。产品质量不过硬，广告做得越好，企业影响越大，不讲诚信的负面影响就越大。对于山水景区而言，景区的自然资源就是产品质量，自然资源好，景区才有诚信的基础。

——万仙山营销中心总经理 陈永香

在陈永香看来，如果说自然资源是诚信的基础，那么服务则是诚信的保障。光有过硬的自然资源，靠山吃山，没有服务意识，不能保证服务质量的景区，也是不讲诚信的景区。

万仙山景区地处太行山南麓，是南太行山水精华的核心地段，是国家级森林公园，国家地质公园，有山有水，山雄而水秀，得天地造化之灵气。南太行的红岩绝壁、峡谷、瀑布、原始的村落，绝壁上的长廊，构成了万仙山雄浑大气的资源优势，能带给游客真正的感官享受。摄影、写生、户外、自驾等群体相约而来，CCTV、《中国国家地理》等媒体自发报道，而非景区主动宣传，这就是资源优势的力量。

万仙山没有服务质量的保障方面，万仙

山景区从几年前就开始下大工夫，从导游培训开始，管理层定期到外地学习，采用先进的管理经验，引进一流的管理人才，到硬件方面的投资建设，停车场、售票处、电子验票系统等，都是在从无到有、一步一步的扎实推进中。

2010年，景区西坪停车场投入使用，极大地方便了游客的停车难题。

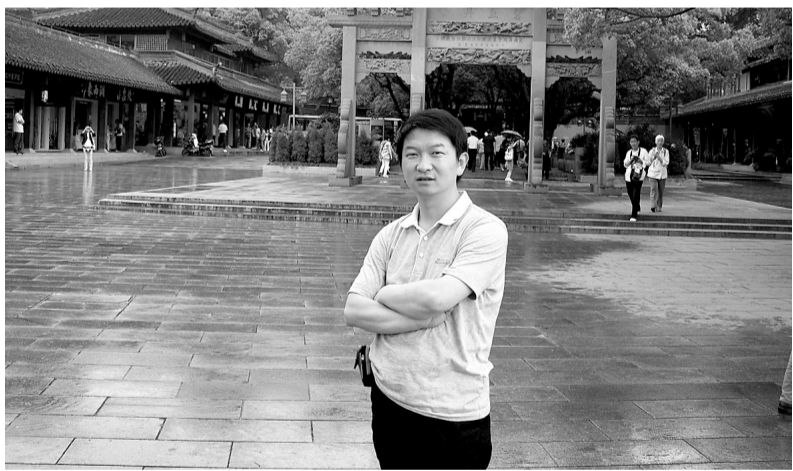
2011年，万仙山景区购入30台中巴车，景区内内部交通系统开始为游客服务。

2012年，景区大门外移、电子售票系统即将投入使用……

服务无止境，不断加大软件对软件和硬件的投入力度，追求更高的游客满意度，是万仙山景区的一贯坚持。

记者 刘书芝

杨建兵：督促诚信需要严苛规则



今年春节关于旅游市场的不诚信事件媒体报道很多，这说明市场确实存在问题，需要所有参与者共同努力，重塑市场形象。重塑游客对市场的信心，晚报此时号召成立“旅游机构诚信联盟”非常及时，我们重渡沟不仅要加入联盟，更要以身作则，诚信做人，诚信做事。

——重渡沟景区营销总监 杨建兵

严厉处罚让景区商家不敢触礁

“其实媒体近期报道的旅游的失信事件，多是集中在省外的长线旅游中，这和南方的旅游市场发展模式是有关的，南方多是靠购物或者吃饭的高返利来谋利，在省内游中，这种情况是非常少的。”杨建兵分析当前的旅游失信热点时说。

对于省内线路，杨建兵以重渡沟景区为例介绍，虽然景区内也有土特产的销售门市，但是从来没有出现过强买强卖。重渡沟景区内有小吃一条街，“但是所有游客在进街街口，就会看到醒目的价格公示牌。每一道菜的价格，甚至每道菜的盘子尺寸大小，都有明确规定。”杨建兵说。

“违法违规的景区从业人员，景区也有严格的处罚措施。比如被人投诉核实后，首先要罚款，还将停业整顿。”杨建兵说，目前重渡

沟景区有300多家农家乐，每天接待能力达到1.2万人，秩序良好。

希望能组织晚报读者诚信体验游

对于晚报号召成立的“诚信联盟”，重渡沟景区积极响应。杨建兵说，“首先，诚信做人、诚信做事是我们发展的准则；其次，在保证诚信的同时，我们还要努力提升景区的品质，让游客来了之后不会感觉遗憾，不会觉得白来了。”

杨建兵认为，旅游的目的就是散心、开心。“我们希望游客既然来了，就能得到开心的感受，所以我们也想尽各种办法来组织活动，比如每年的啤酒节、万人宴等，让游客和我们互动起来。”他同时告诉记者，今年除了景区往年已有的活动外，他们还将专门针对晚报的读者，针对诚信联盟，组织一些特色活动，希望更多的游客感受景区的真诚和诚信。

记者 辛晓青

丁丽明：诚信是最好的竞争手段



在发达国家，旅游业有这样一句名言：“诚信是最好的竞争手段”，我深有同感。因为旅游产品是一种特殊的、一次性的“预期产品”、“信用产品”，产品质量的优劣好坏，只有在“体验”旅游之后才能知晓。因此，旅游企业在市场上的形象，在游客心目中的诚信，是赢得市场的重要因素。

——新乡九莲山景区营销总监 丁丽明

“旅游诚信”成为话题是当今悲哀

丁丽明说，在我国古代，为王者有“君无戏言”之谓，为民者有“尾生抱柱”之典。对于企业来说，诚信已是必备的元素。

但在今天，我们却将“旅游诚信”作为一个话题来讨论，这不能不说是一个悲哀。

因为现在无论是社会还是旅游行业，诚信缺失是一个不争的事实。并且这种状况伴随着竞争市场的不成熟性，很难在短期内有所改变，这需要一个很长的时间，需要政府层面的规范与引导，也需要整个市场以及消费者的成熟。

让“害群之马”无立足之地

对于九莲山景区来说，处在这样的市场环境中，我们只能尽量做好自身，从最基本的方面向游客保证诚信。景区门票明码公示，优惠人

群一目了然。景区内农家住宿、就餐统一实行明码标价，让游客明明白白消费。我们不会随意给游客以承诺，但承诺的景区会全力做到。

对于景区而言，如何让游客在纷杂海量的供应信息中锁定自己，品牌无疑是重要的依据，而诚信则是品牌铸造的关键。九莲山景区始终把经营、市场、人才，甚至企业的持续发展战略都用“优质诚信”这把尺子衡量过再实施。不达标的，及时查处并进行整改，整改不合格，令其退出。景区商户如有侵害游客合法权益的事例，也一并予以公布，让“害群之马”无立足之地，从而确保诚信环境落到实处。

经过景区自上而下的努力，当下的九莲山景区，不仅成为人们追求信仰的精神家园，更成为闲暇之余人们休闲度假的绝佳之地。

记者 刘书芝