

本期关注:重庆邮政助力地方文旅发展

虎年春节,重庆市金刀峡景区,来自巴南区的张先生向景区工作人员出示“百万市民游重庆”年票线上预约二维码后,携家人开始了游玩。他说:“没想到,只要200元就能走遍重庆市数十家优质景区,太实惠了!”

张先生点赞的年票是重庆市邮政分公司响应2021年市文旅委、市总工会等五部门推出的“百万市民游重庆”活动而推广的文旅惠民年票产品。拿到年票后,市民只要在手机上关注“惠游重庆”公众号,填写注册信息

并预约,即可在365天内游览数十家重庆景区。

从文化惠民便民服务,到讲述重庆山水人文故事,再到激活文旅消费的内循环,2021年,重庆邮政围绕“文化强市”“打造国际知名旅游目的地”等文旅发展目标,依托文化、网络、客户、营销等资源,以打造“渝邮传媒”品牌为引领,助力地方文旅发展。2022年,重庆邮政将进一步主动对接地方文旅委,在特色文创产品研发、主题邮局建设、乡村旅游节会、国际消费中心城市等方面提供更加完善的服务。

文化赋能 提供惠民便民服务

家住沙坪坝区陈家桥街道的陈开云有着21年党龄,空闲时最热衷的一项活动便是学习党的理论知识。2021年春天,他通过“学习强国”APP了解到,全党正在开展党史学习教育。因而,买上一本《中国共产党简史》成了他心中的大事。究竟要去哪里买?眼下,实体书店相继另谋出路,仅存的一两家都迁址到了离陈开云家较远的地方,最近的新华书店也得坐上1个多小时的汽车,一来一回,可不得折腾够呛!

“旁边的邮局就有啊!”邻居的一声提醒,让陈开云一阵惊喜。陈家桥邮政支局步行10分钟就到了,他立刻就把心心念念的《中国共产党简史》买了回来。

2021年,重庆邮政把党史学习教育主题图书发行工作作为重大政治任务,利用遍布城乡的网点优势,从征订到投

递进行全流程优化,确保了广大党员和群众能够及时、方便订货到党史学习教育图书,把党的声音传到基层每一个角落。

前不久,市民王丽正在家中撰写论文,需要查阅资料。虽然王丽家距离渝北图书馆并不很远,但她还是拿出手机,打开“图书到家”APP下单后继续写论文。她胸有成竹地说:“足不出户,邮政快递很快会将书送到家里。”

王丽使用的“图书到家”是渝北区邮政分公司推出的一项图书线上邮寄服务。2021年初,渝北片区寄递事业部多次组织营销、技术人员与图书馆、软件公司就寄递服务方案、APP功能新建及调整进行商讨,最终签约推进图书在线借阅邮寄运行。

2021年2月28日,渝北邮政“图书到

家”项目正式上线,立即获得渝北图书馆和借阅人的好评。

“服务全民阅读,我们把书店开到群众身边。”重庆市分公司传媒部报刊业务室经理王峰介绍。邮政一方面进商圈、进社区、进校园举办惠民书展,通过开展大力度的优惠活动,开办教育、健康等文化讲堂,引导群众培养和强化阅读习惯;另一方面,通过推广《参考消息》《中国国家地理》《读者》《课堂内外》《家庭医生》等精品报刊产品,塑造邮政畅销报刊品牌,优化阅读产品供给。邮政一直是报刊发行的主渠道,为群众提供文化惠民便民服务,传递精品阅读价值。

资源赋能 多元化呈现重庆风貌

2021年3月19日10点,中欧班列(渝新欧)全程运行十周年。当初,中欧班列(渝新欧)开始全程运行,开启了中国对外开放的“内陆时代”。在纪念专列发车仪式上,重庆邮政纪念邮明明信片首发活动在位于团结村的重庆铁路集装箱中心站举行。活动现场搭起了临时邮局,现场即可将这枚充满纪念意义的明信片寄出。

“以国家名片,展重庆之美。”近年来,重庆邮政研发了关联集邮品、明信片、形象封等众多文化产品,借助集邮讲座、集邮巡展等方式,讲述重庆山水人文故事,以邮政文化视角宣传地方文旅资源。截至目前,邮政共发行关于重庆的邮票近40套、邮资图7枚、邮资戳记近100枚。近两年,重庆邮政研发了具有重庆特色的明信片14款近2万套。特别是去年,重庆邮政还升级研发了4款《邮票上的重庆》集邮册。同时,渝中、九龙坡、江津、璧山、巴南、长寿等区县邮政分公司都积极服务地方政府开发文创新产

品。

“有了文创产品,还要有展示平台。”重庆市分公司传媒部创意研发室经理何丽介绍,在全市商圈、景区、学校等人流量较大的区域,重庆邮政都建设了主题邮局,展销融合邮政元素、地方特色、时代烙印的文创产品,构建起以文化为主基调的宣传阵地。依托邮政营业网点,打造地方宣传窗口。

2021年6月,位于南滨路慈云老街1号的重庆故宫文物南迁纪念馆正式对公众开放,同时开门迎客的还有重庆故宫文物南迁主题邮局,展现故宫的旅游特色。

“1933年,日军攻陷山海关后,故宫文物踏上了南迁之路。当时,迁到重庆的这批文物是最多的。”南岸区邮政分公司传媒部经理秦丹介绍。这个主题邮局将故宫文化、邮驿文化、书信文化相结合,展示了邮政特有的以封、片、折、册为载体的文创产品,通过文旅融合形式,讲述重庆庇护中华文脉与人类文明的历史。

在重庆,主题邮局多,表现形式活,实现了个性化发展。开州区的帅乡红色主题邮局,是重庆市第一家“红色主题邮局”;綦江东溪古镇的麻乡约主题邮局是西南最早且保存完好的邮局。解放碑主题邮局采取“展览+销售”方式,打造了邮政文化地标;江北小辣椒和九龙坡西游主题邮局通过线上线下相结合的方式,打造了集藏爱好者的交流空间。

“目前,全市主题邮局共有40个。”何丽介绍,主题邮局是以邮政文化元素(邮票、邮册、邮折、明信片、邮资戳等)为主基调建设,主要覆盖景区、校园、商圈等场所,正成为展现传统文化及地方文化旅游资源、服务大众文化旅游消费的特色窗口。

流量赋能 激活文旅消费

“一卡在手,旅游说走就走!”2021年5月19日,中国旅游日,重庆邮政推出了腾旅AI渝卡。这张卡只要300元,能享受重庆环球金融中心、金刀峡、龙水湖旅游度假区等景区总价格超6000元的门票权益,直接刷脸进入。

2021年“六一”,重庆邮政网点为小朋友们准备了丰富多彩的趣味活动,有作文起步辅导书《经典作文·启蒙版》,有璧山户外烧烤活动,有可爱小熊书籍阅读活动,有“我是小小银行家”活动等,陪同小朋友们度过了一个快乐的节日。

研发推广惠民旅游产品,助力重庆人游重庆。近两年,重庆邮政陆续推出AI渝卡、重庆文旅年票、水果亲子采摘卡、川渝民俗卡等系列惠民旅游产品;同时,发挥邮政渠道优势,与市文旅委、市总工会等部门联合开展“百万市民游重庆”活动,引导市民和单位职工游重庆。重庆市分公司传媒部业务管理室经理李宇介绍:“部分区县邮政分公司也将地方文旅资源推广与邮政客户尊享游、优惠游等活动相结合,激活文旅消费。”

2021年7月22日,第一届“吃遍长

寿寻找美食”大赛的“长寿菜单”发布仪式、颁奖晚会以及现场展会隆重举行,100户美食商家齐聚一堂,共同见证“长寿菜单”的诞生。操刀这份“长寿菜单”的正是长寿区邮政分公司。2021年3月,长寿区商务委提出打造“一瓶酒、一盘菜、一壶茶、一锅汤、一碗面、一盒礼”长寿美食菜单。长寿邮政凭借多次筹办大型活动的经验以及邮政文化、媒体、渠道优势,获得了活动主办权。

粮悟坊、有米做粉、黑娃水煮……323家参赛企业,19万人次投票,41万人次线上浏览,19位专家评审,2000份社会调查问卷,200多条宣传小视频,经过4个月精心“烹饪”,“长寿菜单”终于出炉。长寿人纷纷点赞,长寿邮政不负所托,为广大市民送上了“一桌佳肴”,有力助推了地方经济发展。

“服务地方节展会,助力消费引流。”重庆邮政相关负责人介绍,以邮政金融、电商、寄递、传媒等资源切实解决农村经济融资、销售、物流、宣传上的“四难”,叠加线上线下媒体资源,依托会展发力打响“渝邮传媒”品牌,可以助力乡村振兴战略的实施。

忠县邮政分公司强化协同运作和平台运营,成功服务当地政府“忠橙”“菊花”消费助农3

场会展活动。铜梁区邮政分公司抓住党建宣传的契机,为辖区28个社区和乡镇提供主旋律文艺活动展演服务。巴南区邮政分公司在服务菊花节活动中,以专业策划设计及布展实力,获得客户高度认可。有新意、有声势、有效果,近两年,重庆邮政共服务区县(镇街)文旅节会、惠民(惠农)消费季等活动近100场,初步树立起邮政服务地方节展会的品牌。

讲述 山水人文故事

用独特载体

□本报记者 李平 重庆记者 魏馨

重庆市巴南区文化和旅游发展委员会主任 万耀东 邮政助巴南提升文旅吸引力

近年来,重庆市巴南区立足“内外兼修”深化实施“全域旅游突破”发展战略,围绕“老巴县最重庆”品牌形象,突出巴南山水人文旅游、巴巴虎IP形象大使、巴南非遗特产的打造,加强文化旅游融合,丰富旅游产品供给,并与多个机构建立合作机制推广巴南旅游,取得了实效。值得点赞的是,巴南邮政深度融入地方文旅产业发展所提供的方案和服务,为我们推动旅游产业推广、转型升级打下了扎实基础,有好几个项目在全区都取得了不错效果。

比如,在巴南山水人文旅游线路的推广上,巴南邮政不仅通过多元化媒体资源线上线下持续“曝光”巴南风光,还利用邮政丰富的客户资源向外推介了巴南古镇、景区、美食,激发了辖区居民的旅游热情。此外,巴南邮政策划设计团队的实力非常强,连续两年承办菊花展多个展区,以菊花为主题结合人工造景,全方位多角度展示了我们巴南当地特色,深受市民欢迎。

在巴巴虎IP形象的推广上,巴南邮政不仅做了充分的市场调研,设计了数十款以巴巴虎为主题的文创产品和明信片,还主动联系四合胡豆等区内知名商家,联合开发巴巴虎文创周边,为我们推广文旅特产提供了更全面高效的方案。接下来,我们将继续加强与巴南邮政的合作,携手增强巴南文旅的整体吸引力。

重庆市石柱县中益镇政府副镇长 郎滔 让主题邮局成为旅游业发展支点

2020年4月15日,由石柱邮政和中益镇政府联合打造的华溪村主题邮局正式开业。两年来,主题邮局不断提档升级,更名为“初心邮局”,成为当地重要旅游目的地之一。

从外观看,“初心邮局”面积不算大,除了有石柱邮政开发的中益镇系列文创产品和明信片、“两不愁三保障”纪念邮戳加盖等邮政服务,还展示售卖中益镇土蜂蜜、华溪村老鹰茶等扶贫农特产品,可谓“五脏俱全”。接下来,我们将继续与邮政合作,对“初心邮局”进一步提档升级。首先是要做好文创产品的持续开发。中益镇定位“初心之旅”,拟开发一批“初心”文创产品来丰富旅游商品目录。

其次是丰富“初心邮局”体验项目。“初心邮局”已成为中益镇旅游的重要目的地,但客户旅游时停留时间不长,我们想联合石柱邮政开发一批升级体验项目,如有声明信片、电报发送、邮车体验等,增加客户游玩时间。最后是联动宣传。目前,中益镇的旅游定位为“团建+研学”,我们将借力邮政宣传平台,开展研学教育基地培训计划,让更多游客到中益镇开展工会团建活动,推动旅游产业发展。

重庆汉马文化艺术有限公司总经理 王士悛 一本邮册满乡情

作为地方文旅公司,我们非常注重企业文化和品牌建设。出于对峡江文化的热爱,我们想在企业发展的同时,进一步推动当地文化旅游业的发展。在这一点上,万州邮政帮助我们很多。

万州邮政为我们提供了报刊订阅、寄递等服务,更是在2021年将我们公司的品牌形象同宣扬峡江文化有机结合起来,邮册《峡江文明寻迹》的推出就是很好的说明。2021年6月,当得知我们有制作邮册的需求后,万州邮政第一时间组织人员与我们对接,在对峡江文化及相关衍生文化资料充分学习、掌握后,与我们反复沟通、研究,打磨样稿。经过一番努力,10月,《峡江文明寻迹》制作完成。邮册包含华夏五千年、汉马石、青铜器、铜鎏金佛像、华夏古玉、汉阙、三峡石等篇章和相关题材邮票,全景式呈现了三峡地区历史、人文风貌。邮册在我们公司的业务发展、文旅推介、对外公关、酒店宣传等重要活动中都起到了促进作用,也得到了地方政府、文旅委的充分肯定和广大客户、市民的好评。这次合作的成功更增添了我们在峡江地方、服务文旅产业的信心。我们将联合万州邮政策划制作《峡江文明寻迹》第二卷,力争为地方文旅事业发展尽绵薄之力。

