

## “旅游人”袁勇： 为遂昌旅游挥洒汗水和才智

■本报记者 雷晓燕 见习记者 程航 通讯员 曹俊杰

### ■采访手记：

采访袁勇，他一直在说的关键词，是挑战和感谢。

他说第一个挑战是考公务员，感谢公务员招考制度。

记者从丽水市人力资源和社会保障局公务员管理科了解到，丽水市在2000年左右开始公务员招考，很多人通过公开、公正、公平的招考流程，进入公务员队伍。而袁勇通过考试，有机会先后为遂昌档案、旅游事业贡献自己的一份绵薄之力，实现人生理想。

第二个挑战，是从档案人变身旅游人感谢时代。

十多年来，遂昌旅游事业蓬勃发展。作为旅委市场营销战线的一员，袁勇从开始至今，一直面临着挑战。旅游市场时在变化，如何准确把握这股潮流，站在风向口的上方，他一直在努力提升、成长。

袁勇说，这几年，他一直在不断学习、思考，发挥才智为家乡做点实事，见证和参与遂昌旅游事业的发展。

2006年，遂昌接待国内游客41万人次，国内旅游收入1亿多元；2016年全县接待游客1603万人次，实现旅游综合收入95亿元。

从1亿元到95亿元，他倍感自豪，也深感肩上的担子更重了。“从上海的旅交会回来，接下来，马上要开展‘到遂昌乡村过大年’的宣传了。”他介绍说。

走在全域旅游的新征程上，袁勇愈加坚定。

本报记者 雷晓燕

### 从“技术员”到“旅游人”，他勇敢挑战自我

今天，在上海光大会展中心，2018浙江（上海）旅游交易会正在火热举行。

守着自家摊位，遂昌县旅委市场营销科科长袁勇和同事们极力吆喝：“五行遂昌，一诺千金。欢迎组团到遂昌旅游。”“大叔大妈，再过一个多月就要过年了，到遂昌乡村过大年，热闹……”

2018年走到了尾声，这也是袁勇今年最后一次出差。掐指一算，一年12个月，他大概出差了3个月，“都是为了遂昌旅游。”1978年出生的他看上去有些疲惫，语气里却是满满的担当。

1999年从宁波大学计算机应用专业毕业后，袁勇进了遂昌一家企业，干的是专业对口的工作。

“技术员的工作，挺适合我。”看上去，他是典型的理工男，打扮朴朴素素，不善言辞，性格腼腆，一说话就不由自主地脸红、激动。

2003年，丽水市招考公务员。得知消息，一辈子务农的父母很支持：去考。袁勇觉得可行：去行政单位上班，也许，各方面都能得到提升。

于是，经过报名、考试、体检等一系列程序，技术员“变身”公务员，在遂昌县档案局工作了八九年。

2012年，通过公务员选调考试，已是档案局中层干部的袁勇再次面临选择——去旅委市场营销科当一名普通科员。

很多人都觉得他“亏”了，但他觉得值。理由是，“一来，想看看自己有多大本领；二来，想看看自己能为社会作多大的贡献。”

第二次“转岗”，摆在他面前的，是一个全新的领域。

袁勇说，2006年以前，遂昌基本没有什么高等级景区。2006年遂昌通高速公路后，开始大力发展旅游产业，数年间先后建成了南尖岩景区、遂昌金矿国家矿山公园、千佛山景区、神龙谷景区4家4A级景区，以及红星坪温泉、汤沐园温泉、竹炭博物馆3家3A级景区。4A级景区数量位居全市前列，成为浙江旅游发展的一匹黑马，成功地打出了遂昌的旅游品牌。

可是，面对节节升温甚至火爆的旅游形势，他坦言：“隔行如隔山。刚开始，我蛮恐慌。在好形势下，不知道如何营销，把握住机会。这种无力感和恐慌感，现在想来还是记忆犹新。”

“不过，我不怕，既然决定来挑战，就全力以赴。”袁勇说。

### 从“门外汉”到“策划者”，他一路追赶市场潮流

近几年来，遂昌旅游事业蓬勃发展，尽管工作经验为零，袁勇还是坚定了为遂昌旅游事业贡献自己一份绵薄之力的信念。

做营销工作，经常要在各主要旅游客源市场做宣传推介活动，出差便成了家常便饭。

2014年，遂昌县旅委通过各景区上一年游客数据分析，掌握到游客的团队和散客结构比率发生了重大的变化，自驾游和自助游上升明显。

为了更加直接地面对散客群体，县旅委决定在上海的100家社区和杭州的50家社区开展遂昌旅游进社区的地推活动。那一年，袁勇和同事以及各景区的营销人员几乎每个月都要在两地的社区，开展旅游推介活动。

家人三天两头见不着他的人影，经常打趣他：不是在出差，就是在出差的路上，公务员都这么忙？

袁勇笑了笑，回遂昌短暂休整后，又开始了新一轮的出差。他自豪地说，“那一年，遂昌的旅游依然保持了游客数量的较大增长。所有的辛苦是值得的，我们的付出有了回报。”

旅游宣传需要不断地推陈出新，也就是说，在原有的产品基础上，要将产品包装得更具吸引力。

2017年，响应国家复兴传统节日的号召，遂昌县旅委与自然造物公司合作，策划开展“大过中国节·端午遂昌行”活动。

在数月时间里，袁勇和同事们与策划团队多次开沟通会，到遂昌各地走访，收集当地特色年节习俗，并将遂昌端午习俗、遂昌长粽、放龙排等独特的文化符号进行提炼，完善整个活动的方案，还拍摄了活动宣传片、活动筹备的纪录片等。

在整个活动的策划过程中，袁勇和同事们白天到各个点位指导，确保活动顺利进行；晚上经常加班到深夜，周末还要开方案沟通会。“那段时间，每天都在忙碌中度过。”

经过各方不懈努力，“大过中国节·端午遂昌行”活动取得了巨大的成功，遂昌这座山城成了“网红”；端午三天，遂昌县三次登上央视，新媒体编发相关新闻近千篇；“端午遂昌行”宣传片点

击量超过370万人次，10万根长粽通过互联网销往全球；15万人在小长假期间涌向遂昌，给遂昌当地带来了7443万元的旅游收入。该活动还在2017中国（国际）休闲发展论坛上，荣获“2017年度中国经典休闲范例”奖项……

所有的一切，让参与整个活动的袁勇倍感自豪。

### 从“宣传者”到“引爆者”，他融入全域旅游的新征程

新时期，新奋斗，新征程。

以前，游客往往倾向于“景点旅游”；现在，旅游市场由观光游览类，向休闲疗养、文化创意、养生养老等复合型体验型项目转型，发展全域旅游成为旅游事业新的主导思想。

2016年，遂昌县第十五次党代会明确提出将“全域旅游”列为未来五年发展三大主题之一。2017年1月，遂昌县被列入全省首批全域旅游示范县创建名单，加快该县从“景点旅游”向“全域旅游”的转变。

一系列的“顶层设计”，让袁勇对遂昌旅游发展的前景更加充满信心。

山水人文皆为景。近年来，遂昌通过整合区域旅游资源，培育核心旅游产品，加快打造旅游转型升级的主平台。

时代在变，袁勇的工作重心不变，脑洞却越开越大。

旅游+农业，旅游+音乐，旅游+教育……“全域旅游具有旅游产业融合性高、带动性强的特点，如何在准确把握市场动态和游客出游需求变化的前提下，充分发挥、有效利用这些特点，成了这几年我思考和着力最多的重点。”他说。

自己脑洞不够大，袁勇就向他人学习成功的范例；点子不够潮，时不时和景区的营销人员一起来场“头脑风暴”，和相关公司合作，借智借力，为的，就是帮遂昌旅游吸金，让绿水青山，变成实打实的金山银山。

2018年夏天，古琴演奏家巫娜等音乐家主动联系遂昌县，希望在国庆假期组织一批音乐家在独山村举办音乐演出活动。

袁勇介绍，“这是一个非常好的宣传遂昌旅游的契机。我们积极与对方联络沟通，商谈活动举办的细节、对接活动的整体方案。”

在双方团队的共同努力下，独山音乐趴活动取得了良好的效果，音乐表演、秋日集市、长桌宴、农趣亲子等成为遂昌国庆期间的一大亮点。活动举办的两天时间里，国内媒体争相报道，共有上万人次游客参与到活动中来，小小的独山村被挤爆了。

近年，通过成功举办“大过中国节·端午遂昌行”“2018汤公音乐节”“全省疗养产业发展大会”等影响力较大的活动，引爆了游客的出游热情，挖掘出游客潜在的旅游需求；通过深挖高坪杜鹃节、北界红提节、新路湾油菜花节等节庆内涵，串起四季不同风景，使得遂昌旅游人气一直保持了令人满意的温度。

“一场场活动的背后，都凝聚着旅游人的汗水和智慧。我作为其中的一员，一直在努力。希望遂昌的旅游事业越来越旺。”他说。

