

葡萄峪生态旅游 度假区项目落户修武

本报讯(记者高新忠 通讯员李学宏)近日,记者在修武县采访时获悉,葡萄峪生态旅游度假区项目落户西村乡。

据了解,葡萄峪生态旅游度假区项目由河南鸿源林业发展有限公司投资建设,计划投资20亿元,建设五大类项目,旨在打造游客休闲度假、文化交流、养老养生、明心见性的圣地,计划3年内建成AAA级旅游景区,5-8年内成为AAAAA级旅游景区。

该项目共分野生动物保护、葡萄峪先祖祠、碑文和遗址保护等公益类项目;从塔山至观音洞的水域改造类项目;林业培育中心和生态经济会展中心等公共服务类项目;老子文化广场、清香雅舍等文化类项目及休闲度假山庄、生态度假酒店、国际名马苑、欧伦城堡和原生态农家乐等度假类项目。

截至目前,项目公司已投入资金500万元,栽植生物质能源林2500亩、野生乔木灌木抚育7500亩、生态奇观修缮保护20余处、修剪治理能源树野生黄连木11000亩,并对荒山部分地区进行了生态改造,为项目开发奠定了良好的基础。同时,项目公司还出资180万元与广东省机电建筑设计研究院签订了项目规划合同,并完成了调研、考察和实地勘探等工作。

太极拳名家走进神农山

本报讯(记者高新忠 通讯员王警)初秋的神农山迎来了一批特殊的客人。近日,第六届中国·焦作国际太极拳交流大赛组委会部分成员及国际太极拳高峰论坛论作者一行40余人齐聚神农山,赏神农美景,感受神农文化。

作为焦作山水重要组成部分的神农山,有着得天独厚的自然资源和人文景观,大自然鬼斧神工造就的龙脊长城、婀娜多姿、坚韧不拔的龙鳞松、古老而厚重的神农文化,折服了所有到此游览的专家。在导游员细致认真的讲解中,太极拳名家一行人饱览了神农山优美的自然风光,并对景区旅游资源、旅游产品及线路开发给予了高度评价。来自河北省邯郸市的吴致敬老先生是杨氏太极

拳发起人的第五代传人,他看到神农美景激动不已,在神农农顶——紫金顶打起了太极拳以作留念。

据悉,自今年荣膺国家AAAAA级旅游景区称号以来,神农山景区加大资金投入,完善基础设施,开辟新景点,开通新路线,不断提升服务水平,门票收入和游客接待量较往年均有大幅度提升。

月月季花园酒店把助学金送到员工家

本报讯(记者高新忠)8月24日下午,月季花园酒店董事长、总经理冯运富(前左一)带领酒店班子成员分别来到财务部张干和物供部李彩霞家中,将员工子女的助学金送到两位员工子女手中。

据了解,月季花园酒店从2005年开始,本着“关心员工生活,解决员工困难,努力为员工办实事办好事”的原则,拨出专款设立员工子女助学金,以减轻员工心理负担,消除员工后顾之忧,使其安心工作。该酒店规定:凡子女考上国家正式大学、家庭生活困难的在职员工,凭其子女大学录取通知书,可一次性得到专科生2000元、本科生3000元的助学金。

今年,该酒店员工张干、李彩霞的子女分别考上了北京大学和河南科技大学,酒店特对两名考上大学的员工子女每人资助3000元。

月 玥 摄



月季花园酒店把助学金送到员工家



焦作影视城新版《水浒》实景游,火了!

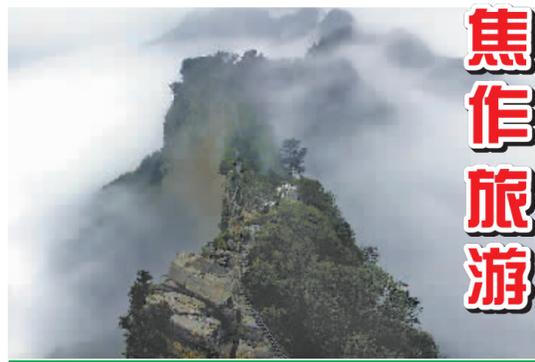
本报讯(记者高新忠 通讯员朱新凡)近日,记者在焦作影视城了解到,随着新版《水浒》在各大电视台的热播,焦作影视城《水浒》实景游受到大批游客追捧。国内外游客慕名来焦作影视城寻《水浒》踪迹,焦作影视城中掀起“水浒”热。

焦作影视城是新版《水浒》的拍摄地之一,剧中很多关键人物的出现和重大场面都是在这里拍摄完成的。为配合《水浒》实景游,“鲁提辖怒打镇关西”、“林冲棒打洪教头”……一处处剧中经典镜头拍摄场景纷纷再现游客面前,有的游客还会拿起林冲(胡东饰)当年戴的枷锁自己比画一下,俨然自己就是当年的豹子头。焦作影视城一个个不同《水浒》场景游给游客留下了深刻的印象,让游客着实过了把“大快活”。

修武组织万水千山酒店员工参观学习

本报讯(记者高新忠 通讯员董新玉)近日,修武县旅游局为提升酒店服务质量,专门组织万水千山大酒店的管理人员和工作人员到州宾馆、云台度假酒店参观学习。

参观人员先后实地参观了州宾馆、云台度假酒店前厅服务、客房服务、餐厅服务等。他们虚心好学,态度认真,纷纷表示收获颇丰,有助于酒店整体管理和服务水平提高。



主办单位:焦作市旅游局、焦作日报社
焦作市旅游局官方网站: <http://www.hnjzta.gov.cn>
焦作市旅游局官方微博: <http://weibo.com/jzsljy>
焦作市旅游咨询电话:3992522
焦作市旅游投诉电话:3992511

焦作旅游

发挥网络优势 服务农业生产

市邮政局秋季农肥预订开局良好

本报讯(记者孙阔河)“邮政局的化肥质量好、价格公道,再加上还有优惠政策,我早就订了5袋。”提起今年邮政的秋季农肥预订,博爱县金城乡的赵好田高兴得不拢嘴。自今年市邮政局的秋季农肥预订项目启动以来,像赵好田这样及早预订邮政农肥的农民还有很多。据统计,截至8月29日,市邮政局已经接到农民预订的农肥2700多吨。

为积极响应党中央、国务院服务“三农”的号召,近年来,市邮政局充分发挥自身良好的信誉和品牌优势,利用遍布城乡的服务网点和网络体系,在广大农村开展直接为农民生产生活服务的连锁配送业务。据统计,截至目前,市邮政局已建立村邮站1100个,邮政“三农”服务网点已覆盖全市所有乡村,服务农田面积约20万亩。特别是市邮政局连续几年开展的秋肥预订活动,不但有效避免了肥料销售季节潜在的涨价风险,而且在很大程度上降低了农民的种地成本,受到了农民的一致好评。

在今年的秋肥预订活动中,我市各县市邮政局和各邮政支局根据各自实际情况,采取多种措施,提高预订数量,服务农业生产。温县邮政局为激发示范户的预订热情,利用村邮站、三农服务站提前将优惠券发到了示范户手中,通过宣传讲解和促销品的发放,调动农户预订积极性。

在开展秋肥预订的同时,我市各级邮政局还积极开展各项农服务作。孟州市化工邮政支局针对农户对农资业务的多需求,在秋肥预订活动中,推出了“化肥+种子+拌种剂+微肥+播种”的套餐,真正做到了农资销售的“一站式服务”,既方便了农户购买,又增加了农资销量。博爱县张茹集邮政支局在县物流局的配合下,在开展秋肥预订的同时,专门邀请农艺师在邮政三农服务站、村邮站举办农技知识讲座,提升农民的种植水平。武陟县乔庙邮政支局则与各村两委干部联系,利用晚上时间,安排工作人员与村干部一同走村入户,一方面入户预订,一方面了解农情。

据了解,在此次秋肥预订活动中,市邮政局还开展了种子和农药的预订,也取得了较好效果,为我市农业生产奠定了良好的基础。

第一次看见邮政人

□冯复兴

我的家乡在豫东偏僻的农村,交通很不方便。人们很少外出,亲戚朋友都住在本土,谁家有事就靠两条腿来回走动以相告。因此,村里人从不写信,所以更看不到邮政人。

1958年我参加了高考,在家等候通知。那年的夏天,雨水很多,低洼处积满了水,道路泥泞,使本来就不好走的乡间羊肠小道,变得行走起来更加困难。一天,天气十分潮湿闷热,用现在的说法是桑拿天气。我在家吃午饭,忽听门外有陌生人喊我的学名。我出去一看,只见来人50多岁,骑辆旧自行车,两脚踏满了泥,两个车轮上也糊满了稀泥。再看来人,满头大汗,汗水浸湿了全部衣衫。他说:“从县城到这里25公里路,我走了大半天,不是蹬水,就是得扛着自行车走。但再困难,我也要来把录取通知书及时交到你手里,这样我才放心。”说罢,便从邮包里掏出一封信,小心翼翼地交给了我。最后又说“恭喜你,这里只有你一人收到通知书”。我请他留下吃午饭,他婉言谢绝了。我给他端一碗水,他不好意思地看我一眼,欲言又止,最后一饮而尽,并再三道谢,然后转身就走。这是我第一次见到邮政人,这是我第一次接受到别人给我的惊喜,这是我第一次感受到社会上还有人人为我服务,而且付出那么多的艰辛。

送走邮政人后,我仔细看着这封来信,只看到信封上写着一行字:新生报到凭通知书购火车票半价。读了

信才知道,我被山西医学院录取,全家人都十分高兴。我欣喜之后心中也有内疚,送信的长者,为了我不顾一切,克服重重困难,走了25公里路。他那细心、认真、负责、热情、不怕苦和累的敬业精神,深深地感动着我。他那高大的形象,从那时起就留在了我的心中。同时,我也下定决心,一旦走上工作岗位,也要像他那样,在平凡的工作中奉献我的一切。这第一次看见的邮政人,给我带来了惊喜与幸福,就好像我走向大学之路的条件是由他给我创造的,所以我对他一直怀着感激之心。

后来,我离开了父母,第一次踏上西去的火车,只身独往一座陌生而遥远的城市去读大学。在五年的大学生活中,我看到和我一样初次离开家的同学们,都有盼信的焦灼、得信的欢欣。每当接到家书时,我都能感受到父母深深的抚爱及谆谆不倦的教诲。每一封家书都渗透着父母教育我的心血,一封封家书都是我的指路明灯,我真正感受到了“家书抵万金”。每当这时,我就想起那送信人的艰辛,便对所有送信人肃然起敬。



↑为创建省级群众满意基层站所,今年年初以来,博爱县邮政局界沟支局积极转变服务理念,主动征求客户意见,不断提高服务质量,达到了零投诉。图为近日该支局营业人员正在指导用户签收邮件。王成 摄

←为了提高村邮站和邮政三农服务站的服务水平,孟州市邮政局在扩大村邮站建设规模的基础上,不断加大管理力度,提高配送能力,并专门购买了两台配送车负责为村邮站定期送货。图为近日该局工作人员在为村邮站配送货物。王成 摄

用心留住“漂浮”客户

□陈锡挺

日前,笔者见到一个风尘仆仆的客户来到邮政局的某书报刊零售点,咨询订阅、购买报刊的相关事宜。客户说,他在某个个体的书报刊零售点购买报刊时,零售点的营业员态度生硬,多问几句,就显得很不耐烦,居然以沉默不答而结束。为此,这位客户便气冲冲地离开该零售点,来到了邮政局的书报刊零售点。正好报刊发行部经理在处理零售点相关事务,这位客户就壮着胆问了一声,没想到报刊发行部经理及时为他解答了问题,客户咨询的报刊订阅及零售等业务一一得到了满意的答复,这位客户满意地离开了。事隔不久,这位客户主动找到这个邮政书报刊零售点,要求在此办理书报刊订阅等业务,认为还是在邮政办理业务放心有保障。

邮政通信市场有了竞争以后,尤其是邮政的储蓄和快递在社会上都有相同的业务渠道,书报刊业务也是如此。客户在使用业务时有了更多的选择权,由于多方面因素,一些客户有可能到其他商家去办理业务。这种情况当然是我们不愿意看到的。邮政的客户“漂浮”了,他不再是邮政的客户了,邮政是不是就和他一刀两断了?答案显然应该是否定的。上述邮政局书报刊零售点那位报刊发行部经理的热情服务,显然是明智之举,值得提倡与肯定。我们只有留住这些“漂浮”的客户,邮政的市场才有可能越做越大。

长期以来,中国邮政与广大客户建立了较为亲密的合作关系。对于邮政企业来说,这确实是一笔丰厚的无形资产。正是从这个意义上看问题,邮政在对客户实施普遍服务时,应该全心全意为客户服务,尤其对于少数客户的“漂浮”现象或者暂时的不理解,既不能简单地认为这是客户对邮政不忠诚,也不能在与客户的交往中出言不逊,更不能简单地把责任归咎于客户,而是要从多方面查找客户“漂浮”的真正原因,以便有针对性地做好挽回补救工作。往往在同一一些“漂浮”客户的交往中,不难发现他们“漂浮”的原因,要么是服务态度不到位,要么是对价格、资费及其业务了解不够,更多的是为人情关系所困。这些因素都是可以通过对客户真诚的用心服务得以化解的。

在实际工作中也不难发现,即使已经“漂浮”到了其他商家的客户,也并非就再也不与邮政发生业务联系了。事实表明,邮政网络点多面广,遍布全国城乡,业务类型多样化,与普通老百姓的日常生活息息相关。客户在使用邮政的多样化业务时,业务的交叉使用和互相渗透,让那些“漂浮”的客户逐步认识邮政,逐步了解邮政,逐步认知邮政的优质服务,最终让其自愿使用邮政业务。因此,邮政显然没有理由对所谓“漂浮”的客户另眼相看,而是要通过更多的接触和更好的服务,让客户感受和认知邮政的业务及服务,并在工作中不断改进自身的业务和服务。客户在对众多商家服务的比较中,相信最终会认同邮政的业务和服务。如此,再选择使用邮政业务和服务的客户,必将会是邮政最忠诚的客户。为了邮政业务更好发展,我们就应该既要善待“漂浮”的客户,更要用心留住“漂浮”的客户。



“我与邮政”
有奖征文