



雷峰塔

杭州旅游第一站

2014年第一期(总第三十八期)
(内部刊物 交流赠阅)



更多资讯, 请关注雷峰塔公众号!



煌煌大观 翩翩我行

有缘千里来相会 你是我的有缘人吗

——千年等一回, 雷峰塔三月三爱情节活动

提高综合素质 增强安全意识
——景区安全部军训记





2014年第一期（总第三十八期）
(内部刊物 交流赠阅)

顾问：胡砚均

采编：范晶晶

美编：汤海珍

主办单位：杭州雷峰塔文化旅游发展有限公司

地址：杭州市南山路15号

网址：www.leifengta.com

资讯·旅游

杭州荣膺游客满意度最高城市



2013年，杭州再次荣膺年度浙江省游客满意度最高的城市，西湖也以超高的人气和舆论热度成为“2013浙江旅游景区品牌网络关注度”的十佳景区之一；杭州湖边邨、安缦法云则以特色的主题服务入选“2013浙江旅游酒店品牌网络关注度”十佳酒店。

昨日，中国旅游研究院产业研究所宣布了《2013年度浙江省游客满意度调查报告》，并揭晓了浙江旅游品牌网络关注度TOP10的各项榜单。调查是在省旅游局指导下，由省旅游质量监督管理所、浙江在线旅游频道共同主办。

在这份调查报告中，不仅涵盖了城市、5A景区的满意度排名，也收录了专家学者对全省游客满意度的剖析点评。切实让游客的口碑成为浙江旅游城市、景区发展，提供动力和依据。

“醉美春日”来了 杭州启动户外休闲季

近日，从杭州旅委获悉，由杭州市培育发展十大特色潜力行业领导小组主办的“2014‘醉美春日’杭州户外休闲季”将于3月22日正式启动。

本次活动涵盖运动休闲、赏花采摘、亲子休闲三大主题，50多项活动，旨在继续整合推广特潜行业春季户外休闲资源，引导市民和游客发掘、体验四季杭州的缤纷休闲生活。本届主推下“亲子杭州”概念，以此当下社会的消费热点为主导，以互动形式向市民游客推出经典亲子户外休闲线路，多种体验性强、落地性好的春季旅游休闲产品。

整个休闲季将持续到今年5月，3月22日启动仪式暨杭州山地马拉松比赛举办之后，第三届中国休闲乡村旅游季开幕式暨第六届桐庐山花节开游仪式、太子湾郁金香花展、富阳“春天去哪里”亲子休闲活动等多个项目都将陆续展开。

国家旅游局发布“文明旅游十大提醒语”

为进一步加大面向公众的文明旅游宣传引导，发动全社会力量，共同提示纠正出游活动中的不良陋习，国家旅游局向社会发布了“文明旅游十大提醒语”。

国家旅游局已作出部署，在行业内广泛开展以“文明与旅游同行”为主题的文明旅游系列宣传活动，广泛动员导游领队等旅游从业人员积极引导广大旅游者参与文明旅游的相关活动，自觉成为中华文明的传播者。“文明旅游提个醒儿”是系列宣传活动的一项重要内容。

文明旅游十大提醒语

提醒树立文明旅游意识的普遍性提示：

- 1.文明是最美的风景
- 2.旅途漫漫文明相伴
- 3.旅游美时美刻文明随时随地
- 4.文明游天下快乐你我他
- 5.一花一木皆是景一言一行要文明

针对具体不文明旅游行为的提示：

- 6.游遍天下山川只留脚印一串(用于提醒保护生态环境)
- 7.出游讲礼仪入乡要随俗(用于提醒尊重别人权利)
- 8.垃圾不乱扔举止显文明(用于提醒维护环境卫生)
- 9.多看美景不刻美名(用于提醒保护生态环境和文物古迹)
- 10.平安是福文明是金(用于提醒出游安全)

地球一小时，超越一小时

2014年3月29日20:30，作为杭州的地标性建筑，今年我们雷峰塔一如既往地坚持“为地球熄灯一小时”。

自2008年开始，七年来我们一直坚持为地球熄灯，我们用实际的行动表现着我们对保护地球的信仰，和参与改变的愿望。我们希望通过熄灯倡导一种低碳的生活方式，号召市民一起与我们用行动超越一小时，通过自己的行为为美丽地球尽自己的绵薄之力。

地球一小时，超越一小时。我们可以为地球做的，还有很多，比如骑自行车上班、节约用水、随手关掉电灯、使用环保袋，比如少抽烟、少燃放烟花爆竹、少吃露天烧烤等等。

那么，从现在开始，让我们一起从我们身边的点滴做起，为我们共同生存的地球做一些小小的改变吧！





有缘千里来相会，你是我的有缘人吗？

——千年等一回，雷峰塔三月三爱情节活动圆满落幕

2月14日西方的情人节复活了中国人的浪漫细胞，过情人节，送玫瑰花，已经成为恋人们表达情感的一种重要方式。中国原本有自己的情人节，情感丰富的华夏先民在《诗经》时代就曾举办过自己的情人节——“上巳节”，也有相互表达爱意的花朵——芍药，比西方情人节要早1000多年。《周礼·媒氏》曰：“仲春之月，令会男女，于是时也，奔者不禁。若无故不用令者，罚之。可男女之无家者而会之。”意思是说，阳春三月上巳之日，未婚男女都要到郊外河边去相会，公开地谈情说爱，自定终身，这一天没有什么禁忌。如果有人待在家中不去参加，那就要受到朝廷的处罚。

上巳节是个风情摇曳的美丽节日，《郑风·溱洧》有记载，在三月三这一天，一女子邀请一男子到溱洧水滨，参加一个热闹非凡的联欢盛会，他们在谈笑中相互戏谑，赠送鲜花芍药，以示爱慕之情。而在古代民间小说《白蛇传》中，许仙与白娘子便是在三月三这天，在杭州断桥以一把油纸伞为媒，演绎了千年等一回的经典爱情传说。

自3月15日雷峰塔三月三爱情节活动开展以来，截至4月2日活动结束，一共有1000多张明信片被存入了雷峰塔时间胶囊中，这些明信片由500多对情侣亲自写成，将于今年七夕节前寄出；40多对情侣穿起许仙和白娘子的服装在雷峰塔心型背景墙前拗造型免费合影，4月中下旬，景区还将把打印好的照片配好框邮寄给他们。

4月2日农历三月三，早上9点，来自长明寺巷社区、钱江晚报、杭州各大高校征集的30多对夫妻、情侣来到雷峰塔景区，体验明信片慢递、千里姻缘一线牵、同舟共渡、油纸伞制作活动，赢取雷峰塔贞爱佳饼，过了一个浪漫的爱情节。

在千里姻缘一线牵环节中，主持人手握30根红线，男士拿着红线的左端，女士拿着红线的右端，当主持人将手打开，有6对夫妻、情侣十分有缘，他们牵的竟是同一根红线，果然是“有缘千里来相会，千里姻缘一线牵”啊！

“十年修得同船渡，百年修得共枕眠”，当年许仙和白娘子在三月三这天同舟共渡，今天有情人们在雷峰塔下默契地穿着木板鞋走到终点，寓意在人生的道路上今后两人同心、风雨同舟。

一把油纸伞，可以说是许仙和白娘子的定情信物，来自中国美院的王先生和女友两人穿着许仙和白娘子的衣服，跟着油纸伞手工艺师余师傅体验了一把油纸伞穿花线，据余师傅介绍传统油纸伞的制作工艺非常复杂，有制作伞架、网制伞边、石印伞面、糊伞面、齐头、上风钉、上油、穿线等步骤，完整制作下来，一把油纸伞需要一个月左右的时间。其中穿线这个环节，也叫满穿，就是在伞架的根部穿上五颜六色的线，既美观又增加了牢固度，一般的满穿都要穿2900根线，多点的更是有3000多根。同时“油纸”与“有子”谐音，在古代油纸伞通常会作为女性的嫁妆，寓意着爱情圆满、早生贵子。

1

景区服务部为了提高检票员的英语口语能力，请讲解员朱虹对检票班进行了为期2个月的检票口常用英语培训。培训的主要内容分为检票口常用英语和日常礼貌用语两部分。根据排班的特殊性，每周分两批次进行培训，每次时间为30分钟，一共16个课时。在培训过程中，对发音不标准、词汇量少、单词不熟悉等问题都进行了有针对性的学习和训练。在培训形式上，主要以情景会话操练为主，同时为了激发检票员学习的积极性，还穿插英语小游戏，英语绕口令等环节。对于个别检票员存在的特别难攻克的问题，以一对一的形式进行辅导。3月下旬，部门通过PPT图文结合的形式，对全体检票员进行了英语口语能力的考核。

通过这次培训，检票班成员的英语发音得到了较大的提高，并且基本上掌握了日常工作中需要用到的英语词汇和句式，使得检票员在面对外国游客时也可以应对自如，提升了检票员的综合素质。

服务部：孙磊

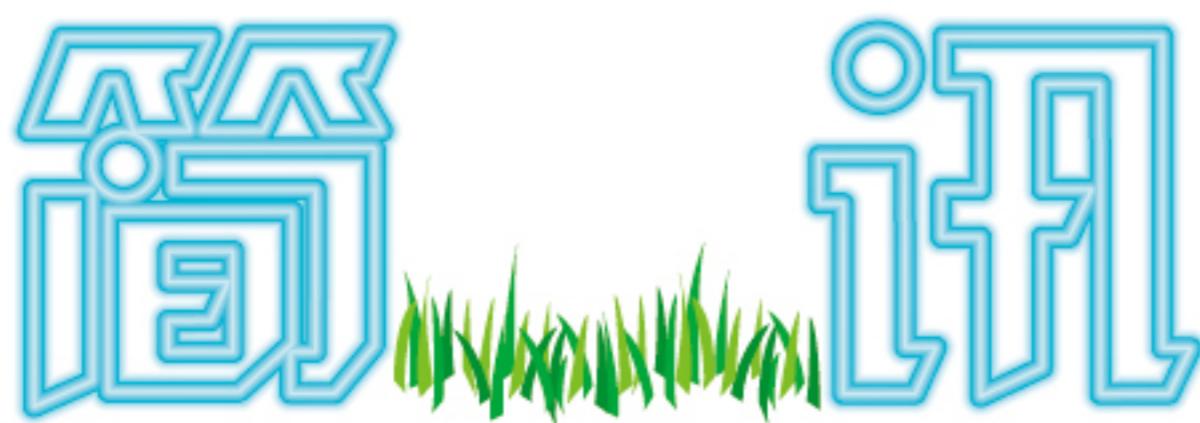
2

**精心准备 各显风采
——2014年讲解班第一季度考核**
讲解员是景区形象的代言人，景区服务部历来十分重视讲解员素质的全面提升。2014年讲解班的星级考核在原有基础上进行了大胆创新，由原来的每年一次的考核改为现在的每个季度一次考核，每季度的考核都设有不同主题，最后综合各季度的综合成绩来评定讲解员的星级。

3月25日，讲解班迎来了本年度第一季度考核，这次考核以王旭烽老师的《走读西湖》为蓝本，主要考验讲解员讲故事的能力。在过去的两个月中讲解员认真学习了书中十篇有关西湖重要景点的故事、历史和人文知识，全面的了解了西湖的内涵。考核的形式为口试，分为两个部分：第一部分为自备稿件，讲解员提前三天选取了自己要考核的篇章，要求讲解时长为5-8分钟，第二部分为即兴演讲，即在考核现场临时抽取稿件，要求时长为3-5分钟。通过这两部分的考核，既让讲解员充分发挥了自身讲解特长、丰富了讲解知识，又让讲解员锻炼了随机应变、即兴发挥的能力。每位讲解员在事先都进行了精心准备，考试过程中各显风采。

整个考核从早上9:30持续到下午14:30，考核结束后部门领导对讲解员的表现进行了详细点评，让讲解员充分认识到了自身的优点和不足，明确了今后工作努力的方向。

服务部：刘烁



3

为适应迅猛发展的旅游业，作为景区形象的代言人、景区文化的宣传者以及景区对外的一道窗口，讲解员也在不断提升着自己的文化内涵和综合素质。2014年度讲解班的培训计划也在景区和部门的大力支持下掀开了它的序幕。

每一个人都有一幅价值百万的画作，那就是真诚与善意的微笑，而画家正是我们自己。作为一名讲解员，微笑也相当于我们随身携带的化妆品。保持职业化的微笑，不仅能尽快拉近我们与游客之间心与心的距离，更是让游客感受到我们热忱服务的捷径。殊不知，学会如何微笑也是一门学问！因此，服务部特别对讲解班和检票班在2月21日和23日下午展开了两次微笑培训。

培训的内容大致可以分为三个阶段：首先是放松肌肉理解微笑的内涵，其次是利用筷子来练习露齿微笑，最后是心态上要懂得发自内心和肺腑的微笑才是游客最为满意和真诚的。

一开始我们彼此之间的微笑还是比较腼腆，孙经理和楼主管为了让我们更加放松地来练习笑容，循环播放周星驰经典的《喜剧之王》中的笑声，我们心中的对于形象那一点顾虑一下子就消除了。在彼此相互交流的眼神中，去感受对方最为真诚的笑容。之后，我们也在每日清晨的发声练习和形体训练中，加入了微笑练习这个元素。经过此次培训，我们会时刻谨记，无论在检票的时候，还是在讲解过程中，微笑是最能够体现雷峰塔作为5A级风景区的一张明信片。

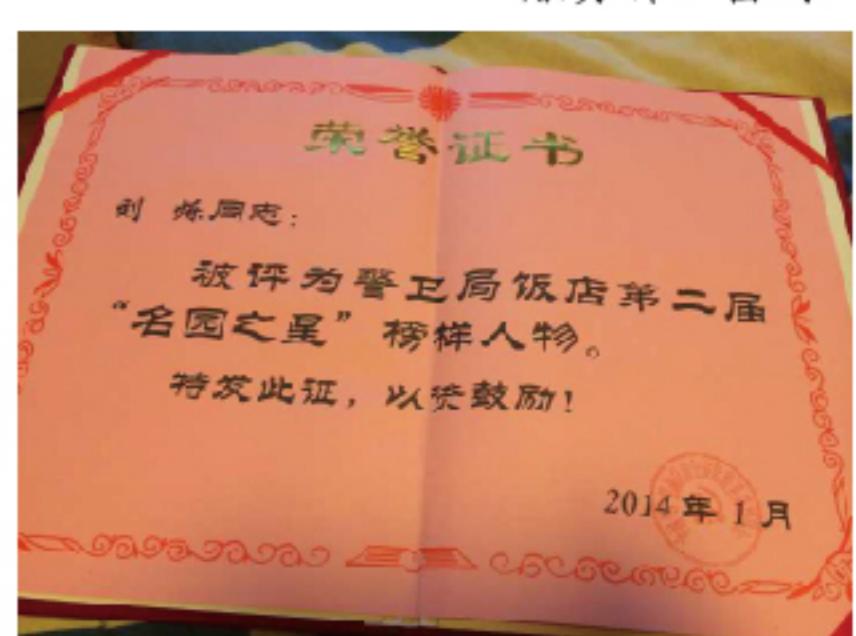
接下来，我们也将陆续展开化妆培训、急救知识培训以及礼仪文化培训等活动，力争将雷峰塔景区讲解班打造成为一支富有活力、业务精湛、博学多才的讲解团队！

在此，不得不感谢景区领导与部门对讲解班的重视和支持，让我们在新一年的规划能够顺利地如期展开。

服务部：富昀



**热烈祝贺景区讲解班刘烁同志
被评为警卫局饭店第二届“名
园之星”榜样人物。**



《营业员行为规范》手册之自我剖析

旅贸品公司：陈奇勤



看着拿在手上的《营业员行为规范》手册，貌似简单的91条，做到人人会写会背并不难，但是，你会越看越想越胆战心惊，扪心自问，你真正能做到的，能做好的又能有几条呢？！

通常来讲，一个人的修养来自你的习惯，一些看似简单的事情，如不能持之以恒地去做，那么常常会在不知不觉中半途而废。现在，我拿着《营业员行为规范》手册与自己的日常工作相对照，进行深刻的自我剖析。这不是表面化的检查，而是一次自我提升、自我约束的管理，最终的受益者是自己！

首先，从优雅的仪容仪表开始，在仪容仪表上面，身为景区工作人员，我们每天面对的是来自四面八方的游客，这时我们个人的形象就代表了我们整个企业的精神。我们这时的邋遢和萎靡在第一时间给客人留下不舒服的形象的同时，也将影响企业的品牌美誉度。试想，一个连自己都不知道自己管理的人，如何用心地为顾客服务呢！从前，我总觉得抓仪容仪表有点小题大作，心里认为一个人只要做好销售就够了，其余的事情都可以忽视。但是现在我学会了换位思考，如果我走进一家商店，接待我的营业员是一个大大咧咧，有着粗犷喉音，头上、身上散发着一股异味，着装奇异，一伸手便是一双涂满花花绿绿指甲油的营业员，那即使这家店有着再优雅的购物环境，再质高的旅游纪念品，我心里都会认为这是些廉价商品。因为和我最先接触的营业员已经用她的肢体语言给了我心理暗示，这是一个不上档次的地方。要是我的企业被别人这样认为，我会光荣吗？所以，细节塑造未来，从自身做起，每天保持良好的精神面貌，干净清爽、得体的举止姿态，和颜悦色，自然亲切的笑容，悦人悦己，何乐而不呢！

在顾客接待方面，《营业员行为规范》中“与顾客打招呼的时机与方式”中的第②条、第③条、第④条、第⑤条，看似简单，其实这是一项难之又难的行为艺术，每一个细节都要准确地拿捏好其中的“分寸”，如果没到位，便给人一种生硬、刻板的感觉，过了，便是一种谄媚，赤裸裸的金钱关系。

以前，只要一上班，我便会在心里给自己制定销售目标，比如说，今天的营业额要做到多少多少。现在我明白了如果我只顾完成利润，往往会急于赶成而使整个接待过程粗糙化了。在以前的接待过程中，只要顾客稍微流露出一点意向，我就会噼里啪啦

的从产品的材料，故事，价格一股脑的托盘而出，根本不给客人一个喘息的机会，从而给顾客造成了压力，导致客人流失。而且我当时还没有反省自己的做法，还沉浸在不良的情绪中，在接待下一位顾客时出现了语气不耐烦，结果可想而知。在这样的恶性循环中，公司、顾客都受到了伤害。还有，在同时一批顾客光临时，我们心里趋于利益之使，本能的接大略小，接待大生意时，语气柔和，满面笑容；对待小生意，则是一副不耐烦，随时想打发顾客的表情。凭良心说，要是我是那个买小件商品的顾客的话，我会觉得营业员太势力，谁都不喜欢出门游玩碰上窝心的事情。再说，人人都是顾客，都要一视同仁接待好，不让某些顾客感到受冷落，被怠慢。所以一个营业员要有服务意识，顾客的光临不一定都是有需求的，有可能只是随意逛逛。这时候不能因为顾客不购物就对其不理不睬，应该真诚微笑地迎接每一位客人，有很多顾客会因为你的热情耐心而变为潜在的顾客，千万不能因为不耐烦而出口伤人，这样的后果不仅仅是失去商机，更严重的是会直接损害公司的形象，其次，不能把生活中的情绪带到工作中来，记得随时保持微笑。试想，顾客到来看到营业员无精打采，面带愠色，即使这样不是针对顾客，顾客也会觉得是针对自己从而可能离去。所以，要时刻注意自己的言行举止，自身的形象都不注意，怎么能更好的为顾客服务呢！

最后对照一下自己在卫生方面的检查，一个营业员要把公司当成自己的家，仔仔细细的打扫维护每一个地方、每一个物品，迎接顾客要像家里来贵客一样招待。如果要是客人到你家，看到满地的垃圾，肯定心里很难堪的呀！把公司的物品当成自己的东西一样来爱护，来保养，因为每一分一厘都来之不易啊！

现在的企业竞争不仅仅是品牌和质量的竞争，更应该体现出企业文化和服务的竞争，一个好的企业应该从情感化的角度来引导消费者，这就是服务的最高无形资产。

礼貌、周到、和颜悦色是服务的基本要求，一个优秀的营业员要真诚的对待每一位顾客，真心为他们服务。

真心微笑，真诚服务，将是我服务不变的宗旨。

提高综合素质 增强安全意识 ——景区安全部军训记

春风又绿江南岸，姹紫嫣红又是春。在这春暖花开的季节，景区安全部又迎来了一年一度的“激情”时刻——军训。

此次军训景区特地从警卫局请来教官来组织本次军训任务，时间安排在4月8日至4月11日。为了不影响工作的前提下，确保安全部能够全员参训，此次军训分两批进行。

历年景区军训的固定科目有：军姿、稍息、立正、转法、三大步法等。今年，景区格外重视这一年一度的军训工作，为了提高同志们的综合素质，在与教官深入沟通后，在训练中增加了新的科目——擒敌拳。这一新的科目，不但激发了学员们的一波训练热潮，更重要的是，在学员熟练掌握擒敌拳技能后，为维护景区的良好治安环境增加了强有力的后盾。

面对军训时间紧迫以及新增了军训科目任务繁重，为保证参加训练的学员们能尽快熟练掌握训练内容，教官不厌其烦，一遍又一遍的做示范，对学员们不正确的动作一一的纠正。俗话说：“有志者、事竟成”，在教官严格耐心的指导下，以及同志们的共同努力下，此次军训参训人员都较好地掌握了训练要领并取得了不错的成绩。

作为5A级景区，我们安全部员工不仅要在游客面前“行得正、站的直”，树立景区形象；更要在突发情况下“拉得出、打得赢”，维护游客和景区的安全。

安全部：邱实



古语有云：“业精于勤而荒于嬉，行成于思而毁于随。”这句话的意思说的便是，学业由于勤奋踏实而精通，但它却能在嬉笑声中荒废；事情由于反复思考而成功，但也能在随随便便中得以毁灭。这样一个亘古不变的道理，又何尝不是我们大家所应谨记一生的箴言？

作为景区形象的宣传窗口，也作为景区文化的传播者，更是作为打造5A级风景名胜区的一张明信片，身为一名讲解员就应不断提升自我的文化内涵和综合素质，从而将雷峰塔景区打造成为享誉盛名的杭州旅游第一站。

随着旅游行业的蓬勃发展，为了满足游客对讲解员越来越多的需求，雷峰塔景区历来重视的讲解员的培训工作也在不断创新、与时俱进。恰逢浙江美术馆在举办敦煌艺术展的契机，在服务部经理和主管的带领下，讲解员于一月上旬向此次敦煌艺术展的专业学术型解说员进行了交流和学习。

此次学习的第一步，便是聆听。用心去倾听，不仅是要专注于他说话的内容，同时要发自内心的去理解和感知，更要留意他说话时的表情与动作。而令我印象最深的是，当学者在讲述壁画作品佛本身故事之一“尸毗王割肉贸鸽”的时候，他那一种由表及里、由外到内、由浅入深的讲解方式与我们平时在解说佛祖一生的故事有着异曲同工之妙却又大相径庭，这就给了我很大的触动与启发。

接着，便是“取其精华、去其糟粕”的关键一步。每个人都会有安于现状和固步自封的时候，而任何工作却都不允许闭门造车、脱离实际。在面对年龄层不同、知识文化水平不同、兴趣爱好不同的游客群，我们如果以同样的一套规范化模式化程式化的讲解词去应对，显然不符合因人而异的服务标准。因此，我们也进行了探讨和交流，总结出了以下几点需要改进的地方：

首先，讲解内容的表达方式应从文绉绉的书面语转变为平易近人的口语。我们常常忽略了讲解二字之中，“讲”为前提而“解”为根本。在讲解过程中，不是一味地照本宣科生搬硬套，而是将叙述故事本身融合于交流之中。而我们学习到的这第一点，就是在要求我们在与游客的交流过程中，从一名一本正经的“朗诵者”向一位亲切热忱的“解说员”转变。如何寓讲解于交流，便是一门很深的学问。看着敦煌莫高窟艺术展的解说员在讲说“涅槃佛”的时候，那时的我便想着借此机会如何学以致用，在平常的讲解词中去更好地解释“涅槃”二字。

其次，讲解方式也应从传统的千篇一律向独具特色的个性化服务转变。在做好雷峰塔历史文化传播的同时，我们应牢记“三求”，即求新求异求特。我们讲解员自身要学会去针对不同的游客群，拟写多种讲解词的版本，甚至于确立自己的讲解风格，从而也引导游客一步一步地去感知雷峰塔的历史文化积淀。就好像那时的我，也仿佛被解说员真的带入了敦煌的第465号洞窟，身临其境般地在感受着这样一种来自远古的艺术熏陶。

这最后一步，也似乎总是一个老生常谈的话题，便是“温故而知新”。子曰：“学而不思则罔，思而不学则殆。”一味读书而不思考，就会被书本牵着鼻子走因而失去了主观；但一味空想而不去实实在在地学习和钻研，也终究是沙上建塔一无所得。

在去浙江美术馆参观的同时，我们也随身携带了录音笔。将敦煌艺术展解说员的讲解方式录下来之后，与我们自身先前所录的定点讲解录音加之以比较，汲取他们的优点为我们所用，吸收他们的长处来弥补自身的不足，从而让我们的讲解臻于完美。

此次的学习交流之旅，我们受益匪浅也必将学以致用。不断满足游客的需求是我们永恒的追求，相信这不仅是谨记在讲解班每一位成员心中的箴言，更是雷峰塔景区持之以恒的信念！

服务部：富昀



煌煌大观，笃笃我行

经典食品伴手礼
自主研发 独家经营 (雷峰塔景区商场均有售)

仙缘团子 XIAN YUAN GLUTinous RICE PUDDING
主要成分：糯米粉、豆沙
仙草乌饭叶 清香怡人

状元珍糕 ZHONGYUAN JINGAO
主要成分：绿豆、奶油
白娘子与许仙的爱情结晶——许仕林，不仅孝仁义、一表人才，而且学识过人，为敬母发奋努力，终于高中状元。

桂花雨露丝连 贞爱一生
贞爱佳饼 TRUE LOVE COOKIES
主要成分：精糖、低筋粉

白娘子为救许仙而水漫金山，遭到法海报复，被擒于雷峰塔下，后三年后，许仕林高中状元，祭拜于雷峰塔下，孝心感动天帝，白娘子得以出塔，全家团圆。

孝母心酥 XIAOMU PASTRY
主要成分：椒盐、抹茶粉
纯天然食品，不含任何色素、添加剂

雷峰塔旅游贸易有限公司感谢各界对当地特色食品的支持与关注，希望您多提宝贵意见，谢谢！ 联系电话：0571-87562390

节日里的春游

今年是“三八”国际妇女节104周年，为了纪念这个具有历史意义的节日，营造良好的节日气氛，激励女职工以饱满热情和最佳的工作状态在本职岗位建岗立业，公司特安排全体女职工于3月10日、11日下午参加了由雷峰塔旅行社组织的西溪湿地半日游。

西溪湿地即西溪国家湿地公园，是国内第一个也是唯一的集城市湿地、农耕湿地、文化湿地于一体的国家湿地公园，它与西湖、西冷并称杭州“三西”。原以为湿地就是片沼泽地，没报多大的希望。不过此次游览却让我对湿地有了全新的认识。那种绿意、那片宁静还是令人震撼的。

在这春临大地、万象更新的日子里，我们满怀喜悦泛舟湖漾港汊，水上的清风、林间的红日、蓝天的云彩、花草的芳香、鸟儿的歌唱……都是大自然给予我们的恩赐。在烟水鱼庄我们一起参观了颇有意思的杭州婚嫁习俗，以及桑蚕、渔耕等民俗农事的展示。船过长春桥，我们还去了舒淇和方中信泛舟的深潭口。深潭口便是《非诚勿扰1》杭州拍摄的主要外景地之一，据说很多游客都是冲着寻找电影中的路线来的西溪。湿地里用木板架起的小路让我们可以在湿地里穿行，散步于水上长廊，观赏水中游鱼，一派怡然自得。水中长满了水菖蒲、芦苇、睡莲、水烛和一些不认识的植物，远处的小丘上是各种果树，最多的是柿子树，那些看不出年份的柿子树长得歪歪扭扭的，听说每年秋天这里还会举办火柿节，当地村民会把柿子拿到河渚街的铺子里面卖。

河渚街是西溪湿地民俗文化和传统特产的集中展示地。其实“河渚”是西溪湿地的一出古地名，位于西溪东北。我们游玩的是恢复的河渚街，行程比较休闲，有的在茶馆品茗，有的在商铺购买西溪米酒、糕团、柿饼、西溪鱼制品等土特产，还有的在龙舟展示馆参观西溪龙舟发展史，欣赏工匠的龙舟雕刻和模型制作……

“虽无弱水三千里，不是仙人不到来。”看来春天去西溪踏春是一个不错的选择。我们以蓝天为顶，绿草为毯，溪水为裙，虫鸟为伴一起对着相机留下美好的时刻。作为21世纪的新女性，我们感到无比幸运、欣慰和自豪。

雷峰塔旅行社:俞莉



杭州雷峰塔旅行社 许可证号: L-ZJ01641

传奇在此 精彩在外

咨询电话: 4008-890-188, 0571-88977186

经典周边游 (天天发班 上门接送)

- 乌镇一日游 (汇源当铺、修真观、染店坊、茅盾故居等)
- 绍兴一日游 (鲁迅故居、沈园、东湖、兰亭等.....)
- 千岛湖一日游 (五龙景区、龙山岛景区等.....)
- 西塘一日游 (张正根雕馆、醉园、烟雨长廊等.....)
- 普陀二日游 (普济寺、南海观音铜像、紫竹林等.....)
- 黄山三日游 (光明顶、放鱼峰、迎客松、玉屏楼等.....)
- 苏州南京二日游 (狮子林、寒山寺、中山陵等...)

(更多线路欢迎来电咨询)

雷峰塔铁路代售点，发售全国各地的火车票。
(购票点: 雷峰塔景区东停车场)

出售雷峰塔+西溪湿地联票

杭州各演艺门票订购：
印象西湖、西湖之夜.....

报名点：雷峰塔旅行社(南山路15号)

也谈旅行

文化学者林语堂先生在其《旅行的享受》曾驳斥了三种虚假旅行：一为通过旅行以求心胸的必进，二为为了谈话资料而旅行，三为即定了游览程序的旅行。

先生主张真正的旅行，必然是以求忘却一切的旅行，其要点于无责任、无定时、无来往信札、无嚅嚅好问的邻人、无来客和无目的地，只需“胸中一副别才，眉下一双别眼”即可，拥有这两点哪怕在家里坐坐、走到野外去看看一片行云也能获得旅行的乐趣。而真正的旅行家，必然是个流浪者，旅行前不知去哪、不知自己从何而来，甚至不知自己是谁。他强调旅行的过程应该是自己去感觉、去发现、去领略的过程，而不是按部就班走别人都走的路、看别人都看的风景、吃别人都吃的餐厅、睡别人都睡的旅馆。

该文中，先生将目前国内旅游行业的繁华称之为没落的艺术，表现出对固定行程旅游、旅游过程忙于拍照以及导游者组织的严重不满，似乎是旅游行业的崛起破坏了旅行该有的惬意与宁静，让原先充满惊喜的旅行变成了点线的单调。

对其观点，笔者不尽赞同。按先生的说法，真正的旅行是无条件的，仅要“一副别才、一双别眼”即可。当然这两点是旅行者必须具备的，但仅拥有这两点是远远不够的，先生的观念已不符合而今社会的发展了。

当代世人的心态是矛盾的，既生活在城市喧嚣繁华的环境中对之感觉厌倦，希望隐居于陶渊明笔下的《世外桃源》，但又无法摆脱世俗的诱惑，真正做到隐居山林。试想一个在城市中久居几十年的人，突然将他置身于日出而作、日落而息的山林中，吃粗茶淡饭，没有电视、电脑、手机，看不了新闻、上不了网络，与亲朋友好友断绝联系，过着如僧侣般的生活，多少人能够做到？况且现在的僧侣也很世俗化了，娶妻生子，汽车代步，用手机、电脑。在世人入世与出世的矛盾心情中，便产生了人们利用闲暇时间企图改变心境、增长阅历和知识、结交新朋友的旅行。

但由于其时间、费用等的限制，人们不免于走马观花、赶鸭子上架，在旅行的过程中，带上了双脚与眼睛，却忘记了带上灵魂，待一场旅行下来，能够回忆的只有各式各样的照片，关于心的体验却少了。但这样的结果并不是旅游行业的繁盛造成的，而是当今社会城市压力过重、城市人资金有限、闲暇时间过少、身心亚健康等原因造成。这些人，疲于城市生活的周而复始，企图心境的改变，除了国家法定节假日，没有太多闲暇去体验、去感觉。这些人，仅仅依靠家中坐坐、野外看看是远远不够治疗由于城市压力而造成的心灵疲倦的。而远距离的旅行倘若没有合理的安排，他们将会有大量的时间和金钱浪费在不必要的地方。

—读林语堂《旅行的享受》有感

营销部：范晶晶

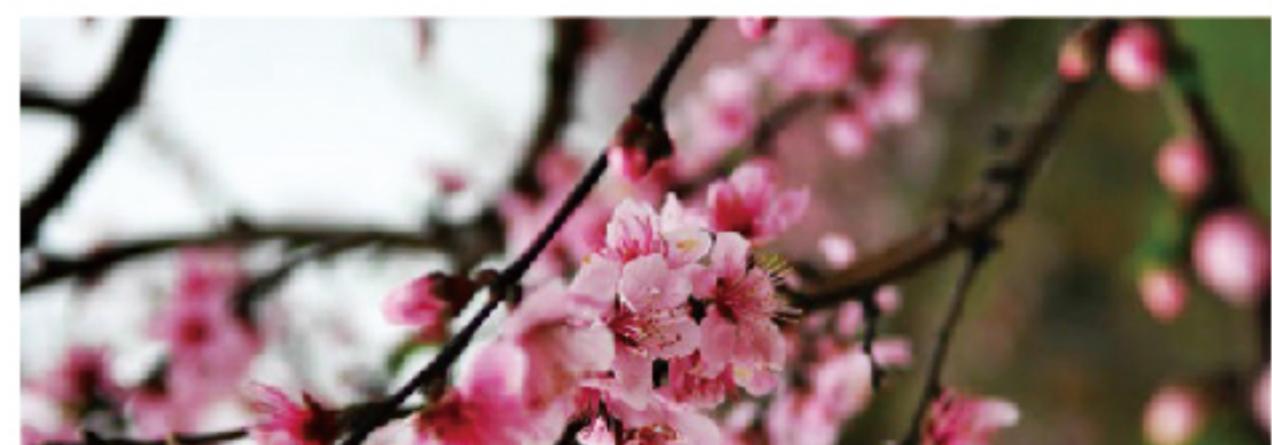


旅游业便是在这样的背景下兴起了，并越演越烈。虽然目前国内旅游行业尚不成熟，有很多需要改进的地方，但并不一定说固定行程之旅是虚假的、导游是讨厌的。有需求才有产生，如果人人都厌恶，为何又有那么多人选择呢？因为正是有那么多人没有太多时间、太多金钱、太多

知识面，需要旅行社的合理安排，需要导游的合理讲解啊！所以说，旅游行业商业化经营，诸如旅游景区、旅行社、旅游酒店等行业的出现，也是时代所趋，是当今市场经济、休闲经济发展的必然产物。

也许文人从来都是不喜世俗化的事物的，先生说的三种虚假旅行，也是目前旅游市场之普遍现象。谁也不能免俗，毕竟活着的皆是些凡人罢了！处于这个时代、这个社会，我们也希望能够体验先生所说真正之旅，也希望可以像国外友人一样拥有长时间的假期可以背着背包浪迹天涯。可是，我们拥有三子压力（房子、车子、票子），我们忙于工作忙于生活少有闲暇时间，我们旅行回来还要担心是在业还是失业，我们厌倦了这个城市，我们想要去别处让自己获得一时的自我解放，利用旅行释放城市压力，但时间有限、囊中羞涩，我们只能选择旅行社固定行程，只能看别人看的、吃别人吃的……因为我们相信口碑的力量，大家都说好的，总不至于相差千里吧。正如，我们知道三聚氰胺、苏丹红、地沟油、瘦肉精、色素、添加剂有害健康，但是我们因为担心就可以不吃东西了吗？等哪一天市场上充斥的是放心食品，我们吃的便是放心食品。等哪一天我们有了钱有了闲，我们便会带上灵魂去旅行，无所谓去哪、怎么去，爱怎么滴怎么滴。

是为了改变心境，增长见闻（增长见闻也是为了作为谈话资料），抑或是固定行程而旅行，其实都不重要，重要的是从己、从心，真也罢，假也罢，我们倒是自乐了回。



选择浩峰 选择品质

宁波浩峰进出口有限公司立足宁波保税区，专注于进口法国、智利高品质的葡萄酒。

宁波浩峰进出口有限公司
Ningbo Hopeful Import&Export Co.,Ltd
销售热线：0574-86995380
地址：宁波保税区兴业一路5号1幢515室
展厅地址：宁波保税区进口商品市场104室