

范依旧。一些海外团队指名要住昆明饭店，就是冲着我们的服务来的。”杜永安说。

在转型升级过程中，昆明饭店凭借优质品牌服务延伸业务、输出品牌和管理，在行业中的影响力也日益增强。目前，在丽江、德宏等州市以及省委党校后勤等输出了品牌服务与管理，深受好评。

同样，在云南世博旅游集团旗下的云南旅游汽车有限公司，驾驶员刘建平没有激昂的话语、铿锵的誓言，有的只是一腔赤诚和热情服务的心。“虽然驾驶员的工作很单调，但是要有很强的责任心，行驶中来不得半点马虎。”刘建平经常这样说。

知之非艰，行之惟艰。刘建平驾驶旅游车年接待游客2000余人，他随时随地都能做到安全行车、工作细心、服务贴心。游客们都称他为“微笑司机”，说他是在云南旅游过程中的一抹温暖回忆。一些海外团队来云南，都点名要刘建平提供服务。

服务群众 把老百姓记在心上

每年的冬季，是世界文化遗产地元阳哈尼梯田最梦幻的季节，大片蓄满水的梯田在云雾笼罩下若隐若现，仿佛登临仙境的天梯，层层密密，十分神奇壮观，吸引了大量的海内外旅客光临。

“元阳哈尼梯田属于社区景区，核心区涉及80多个村寨，近6万多群众，大多是哈尼族。企业发展了，但不能把当地群众的发展忘记了。”云南世博元阳哈尼梯田文化旅游开发有限公司党支部副书记李树先说，“这就要求我们以企业发展带动旅游产业发展，促进当地老百姓增收致富，以群众的增收致富再促进对哈尼梯田文化遗产的传承与保护。”

为此，元阳哈尼梯田文化旅游公司邀请营养专家、水稻专家，对梯田出产的特有红米品质进行化验分析，致力于塑造哈尼梯田红米的市场品牌形象，积极开拓线上线下销售市场。使原来每亩只能卖2500~3000元的红

米，现在能卖到4000~4500元。实现了哈尼梯田红米增值，带动了群众增收致富，也提升了群众保护梯田文化的自觉性与积极性。

这仅仅是“十二五”以来，云南世博旅游集团开发旅游产品，进一步拓展产业空间，构建规模更大、效益更好的可持续发展格局的一个缩影。

“十二五”期间，云南世博旅游集团全面实施“313”主题发展战略，充分发挥自身综合优势，积极整合省内一批旅游资源，加大旅游投资开发力度，在一大批大项目带动下，集团做强做优取得了明显成绩。

为优质服务提供组织保障

云南世博旅游集团党委积极推进基层服务型党组织建设，切实提升基层党组织的服务能力，推进基层景区党组织与社区党组织的互联共建，服务于社区群众的脱贫致富，服务于民族团结进步示范村寨建设、服务于民族地区和谐社会建设、服务于边疆文化长廊建设。

同时，以“优质服务示范岗”创

建为抓手，致力于把党员培养成能够提供优质服务的技术骨干，把一线技术能手培养成党员，充分发挥党员在一线服务岗位的先锋模范带头作用。截至目前，已授予“优质服务示范岗”22人，为集团整体服务水平和服务质量提升以及“云南旅游”“世博服务”品牌打造，起到了很好的示范和引领作用。

改革催生的不竭动力，让云南世博旅游集团在“十二五”时期交出了不俗答卷。从2009年至2014年，云南世博旅游集团累计实现利润总额5.3亿元，累计上缴税金6.95亿元。在新的历史起点上，云南世博旅游集团又将迎来产业发展的新机遇。“十三五”期间，集团将紧紧抓住国家建设“一带一路”和云南面向南亚、东南亚辐射中心定位的战略机遇，围绕云南建设旅游强省的总目标，坚持以旅游业与现代服务业为主业，切实提升旅游服务质量，扎实塑造世博服务品牌，把云南世博旅游集团建设成为综合性大型旅游企业集团，在云南旅游强省建设中发挥骨干和引领作用。

本刊记者 李清华

元阳梯田

