

时评

等级评定引导民宿“在民、崇文、贵融、重情”

民宿是一种在特殊环境中采用特殊经营方式、提供特殊感受的住宿业态，《旅游民宿的基本要求与评价》标准高度重视民宿产品所传递出的生活美学意义与时代精神

□ 李原

近日，全国旅游标准化技术委员会公布了58家甲级、乙级旅游民宿。民宿是近年来随着消费多元化而蓬勃发展的住宿新业态，受疫情影响，旅游民宿成为所有住宿业态中抗风险能力最低、承受压力最大的产品形态之一。文化和旅游部《旅游民宿的基本要求与评价》标准从2017年发布，2019年修订，今年2月又做了一次修改，可以说，本次等级民宿评定既是对标准实施的一种检验，也是通过标杆树立，在常态化疫情防控背景下对民宿建设、经营管理与服务发展方向的一种引导。

58家等级民宿，无论是甲级，还是乙级；无论是乡村民宿，还是旅游城镇民宿，标准所给出的评价原则始终贯穿在民宿这一业态最本质的内涵和最显著的特性上，即标准高度强调和提倡“民宿在民，民宿崇文，民宿贵融，民宿重情”的民宿特质建设。

民宿是一种在特殊环境中采用特殊经营方式、提供特殊感受的住宿业态。因此，标准高度重视民宿产品所传递出的生活美学意义与时代精神。

“民宿在民”，一方面体现在标准要求民宿作为一种幸福产品，无论是

“依山靠水房数间，一榻犁牛半顷田”的乡愁氤氲，还是“夜来闲雨打窗，日上三竿时起床”的慵懒闲适，抑或是“同声自相应，同心自相知”的琴瑟相合等，都应该与所在的地脉、人脉和人脉紧密结合，展现一种生活方式，倡导一种生活态度，激发出人们对幸福的体味，从而回归生命的本真。另一方面，还体现在重视民宿产品品质提升的同时，标准高度重视民宿在带动区域形象建设、文明提升、脱贫致富渠道探索等方面的社会责任和积极作用。民宿不应单纯成为城里人探寻乡村野趣和“乡愁”的“客厅”，而应成为乡村振兴的“入口”，通过自身的示范引领作用，激发乡村活力，在与当地居民的互动过程中，在广阔的原野乡村扎根、发出芽、长成树、结出果、形成林。

民宿是一种与常规意义上的住宿产品相区别，充满个性魅力的产品形态，因此标准高度重视民宿鲜明特色与性格气质的塑造建设。“民宿崇文”表现在标准高度重视民宿产品所投射、传达和塑造的审美价值与生活情趣。一方面，标准重视民宿经营者的文化意识和专业化水平，强调民宿空间透过专业化的场景表达，将民宿主人文化（生活观、美学观、人际

观、服务观）投射到空间细节之中，从而在整体上形成由民宿主人主导且传递出的一种有趣、异质、亲切和温暖的性格气质。这种烙印着主人印记的空间风格赋予民宿一种具有市场识别度的“性格特质”，成为引发宾客兴趣的美学感受，使民宿空间实现从物景到情景、从情景到场景、从场景到意境的体验升华。另一方面，“民宿崇文”更体现在标准希望民宿作为一种独特的文化性住宿业态，以特有的“敞开大门、请进家中、促膝交流、情感共鸣”方式将上述性格气质转化为市场化产品，呈现在大众面前，成为为广大人民群众创造美好体验的幸福产业。

民宿是一种幸福性产品，幸福在于对人性的关怀、对需求的重视、对消费的珍重。因此，“民宿贵融”体现在标准强调民宿生活美学价值的同时，更为重视民宿作为一种住宿产品的专业化建设。一方面，标准以大量的条款和内容描述要求民宿从选址、到建筑设计、空间装饰、功能设置、服务方式等环节与民宿文化定位、风格定位协调一致，从而展现出民宿独特的风格和特色。另一方面，标准更为强调民宿产品最基本住宿功能的安全性、舒适性、方便性等。要求民宿

的空间装饰应遵从最基本的美学规律，民宿设施设备配置应符合人体工程学原理，民宿服务应在民宿主人、从业者对宾客发自内心的喜爱以及乐于付出的职业精神基础上，着力体现无拘无束、友好自然的服务风格和魅力。

民宿是一种充满情怀的产品，情怀绝不是经营者小资般的内心独白与孤芳自赏，而是指民宿产品细节中体现出来的民宿主人对宾客的人文关怀与专业化水平。“民宿重情”体现在标准对民宿人文关怀意识的重视。

人文关怀是一种植根于内心的修养，一方面表现民宿主人和从业者对民宿这一服务性职业发自内心的喜爱、尊重与坚守。另一方面体现在民宿的服务文化与风格上，标准对民宿服务流程、规范设计的专业考究与精细化程度作了具体的要求与规定。在强调仪式感的同时，更注重服务的情感传递性与需求满足度。仅有仪式感，服务流于形式，或者欠缺仪式化创意，服务又流于平淡，都是不可取的。标准所倡导的民宿服务文化与风格便是在故事与功能间达成平衡的一种独特状态——情感真挚、润物无声，点滴感化。

（作者单位：四川大学旅游学院）

观察

发挥旅游柔性力量 提升社会文明水平

□ 李广

近日，第一批国家级文明旅游示范单位经公示后正式发布。各参评单位在创建过程中立足行业实际，结合自身特点，大处着眼、小处着手，摸索出各具特色、务实有效的工作方法，值得借鉴推广。

一是发挥党建引领，突出政治站位，加强党建引领，体现家国情怀，营造向上、向善的文明旅游氛围。四川峨眉山景区构建了以党组织为核心的多元共治体系；贵州荔波樟江景区结合“我为群众办实事”活动，开展“亮身份、亮承诺、亮行动、创争先”活动；福州三坊七巷发挥个体工商户中流动党员的先锋模范作用，实现党的组织和经营工作“双覆盖”。

二是领导重视，资金保障到位。台儿庄、三亚南山、深圳华侨城、北京慕田峪长城等单位成立领导小组，制定创建工作方案，由主要领导牵头负责；海口香格里拉大酒店、丽江玉龙雪山等单位加大资金投入，完善硬件设施。领导重视、资金到位，确保了各部门相互配合、工作推动有力，取得良好成效。

三是融入核心价值观，倡导传播正能量。社会主义核心价值观在文明旅游工作中发挥着导向作用。青岛海景花园大酒店、山海关景区、武陵山大裂谷等单位将社会主义核心价值观纳入创建工作、融入本单位文化建设，开展系列活动，积极推广宣传。

四是克服疫情影响，紧盯疫情防控。参评单位将疫情防控与创建工作有机结合，确保游客员工健康安全，保障运营平稳有序。贵阳世纪金源大饭店完善疫情防控手册，“一客一换一消毒”；合肥弘瑞金鼎大酒店、厦门建发国际旅行社等单位积极参与社区疫情防控；上海春秋旅行社把做好疫情防控，提醒餐厅为团组准备公筷公勺或分餐制用餐；丽江玉龙雪山、中山市孙中山故里等景区与公安、医院等单位联动，制定应急预案，严格落实防控措施。

五是重视宣传引导，注重氛围营造。文明旅游工作重在宣传引导，各参评单位创新方式、加大力度，在重点环节、重点时段、针对重点游客精准引导和宣传。南京金陵饭店推出“每月熄灯一小时”活动，与宾客开展环保互动；天津大沽口炮台、焦作云台山、本溪水洞等单位打造动漫卡通形象、制作微信表情包、发布创意视频，以游客喜闻乐见的形式宣传文明旅游。

六是推动社区共建，助力文明提升。文明旅游工作是一项系统工程，需要全社会参与。参评单位精准把握这一规律，与属地单位、社区开展文明共建，使创建工作与当地社会环境优化改善、文明素养整体提升相互促进。青城山—都江堰景区成立商家自治联合会，实现了从景区管理到“景区指导、商家自治”的转变；西藏鲁朗小镇发动与依靠社区力量，文明旅游理念深入主、客人心；河南嵯峨山、本溪水洞等景区带动当地群众脱贫致富，通过创建工作推动全域旅游提升；长春世界雕塑园为本地居民

提高文化修养、陶冶性情提供了丰富的载体。以上做法充分体现了“全域旅游”理念在推动各项工作中的指导意义和现实价值。

七是增强管理能力，提升服务水平。各参评单位将创建工作作为提升管理、改善环境、提高游客满意度的契机，优化工作流程，提炼企业文化，促进业绩提升。昆明石林、贵州荔波樟江等景区将文明服务融入工作标准，实现由“被动管理”向“主动服务”转变；沙坡头、南川金佛山等景区将创建工作作为“内提素质、外树形象”的抓手，让游客分享文明旅游带来的获得感；柳州饭店、赣州南康大酒店等单位从员工的一言一行抓起，树立爱岗敬业、真诚服务的职业风尚；伊利乳都工业示范园按照工业化标准推动文明旅游，并普及到全国32家工厂。

八是结合自身特点，拓展文明内涵。参评单位大多为知名旅游景区、重点文物保护单位、文化遗址或红色旅游景区，各单位在创建过程中结合自身特点，深挖文化内涵，赓续红色血脉，传承民族文化，倡导生态文明，传播文明风尚。南宁青秀山、陕西华清宫等景区依托广西学生军抗日烈士纪念碑、西安事变旧址等红色资源，开展爱国主义教育活动；陕西黄帝陵、洪洞大槐树、运城关帝庙等景区通过文明创建活动，传播优秀传统文化，坚定文化自信。

九是开展志愿活动，传播文明善意。创建过程中各单位组建志愿服务队伍，开展各类公益活动，服务游客、奉献社会，传递善意和文明。瘦西湖建立八支志愿服务队伍，其中“瘦西湖船娘”已成为扬州文明服务品牌；天津盘山景区在周边村庄开展志愿服务工作，为社区送温暖、为旅游树形象；安徽青年旅行社建立文明旅游监督员、文明旅游志愿者等“五员”队伍，促进员工、游客文明意识提升。志愿服务不仅提升了服务游客的水平，丰富了旅游服务的层次，也使参加志愿服务的从业人员和社区群众得到自我教育、自我提升。

十是借助技术手段，提升智慧水平。各参评单位大力推动智慧旅游建设，手机预约参观、WIFI全覆盖、语音导览、电子管控等已成为各参评单位标配；通过移动网络、大数据等技术手段的应用，有效消除了因人员拥堵、信息不畅等问题导致的旅游不文明隐患，提升了文明旅游工作水平。

借助文明旅游示范单位评价工作的推动，我们欣喜地看到示范单位开展的工作内涵丰富、形式多样、生动活泼、务实有效，不仅为游客营造了文明旅游的氛围和条件，也提升了参评单位的管理能力和服务水平，更进一步拓展了文明旅游工作的边界，升华了文明旅游工作的内涵。文明旅游工作赋予了旅游提升社会文明水平的潜在功能，彰显了“文明”这一抽象概念在旅游活动中的柔性力量。

（作者为全国旅游标准化技术委员会委员、国家级文明旅游示范单位评定专家组成员）

声音

“为读者提供更有价值的服务，实体书店只有不断研究消费者需求，不断创新，才是发展之道”

——近日，网红书店“言几又”深陷“关店潮”再次受到关注。对此，《经济日报》发表评论指出，书店可以成为城市“文化会客厅”，运营好“会客厅”就需要从过去以图书商品为中心的经营模式转变为以人为中心的经营模式，为读者提供更有价值的服务。既然网红书店能聚集人气，商场或许应考虑通过多种途径继续让利实体书店。各地扶持政策和资金应向推动书店特色化、精品化、专业化方向转变，这才是扶持网红书店的切实之举。

“不管是景区也好、游客也罢，在公共景区，都应该遵守公共礼仪，文明出行”

——针对浙江杭州塘栖古镇景区内，某网红团队在广济桥上占道拍摄视频，拦截其他过桥游客，《法治日报》近日发表评论指出，大部分景区都对网红持欢迎态度，有的景区甚至专门邀请网红进行直播，以扩大影响，而且也确实有不少景点因为网红的到来成了“网红打卡地”，但这并不意味着景区要纵容网红随意拍摄。尤其对于堵桥占路拍摄等不良行为，景区应该及时制止，以维护正常的游览秩序。这既是景区的管理责任，也是对其他游客利益的维护。

（本版编辑 龚立仁 整理）



山西将传统村落纳入旅游品牌战略

山西省十三届人大常委会第三十二次会议日前审议通过《山西省传统村落保护条例》。条例提出，设区的市、县（市、区）人民政府应当将传统村落纳入旅游品牌战略，开展保护性旅游开发，适度有序发展乡村旅游、休闲度假、生态康养、文化创意等，建设乡村民宿和研学、康养旅游基地。鼓励利用传统建筑开设村史馆、博物馆、陈列馆、纪念馆、工作室、农村书屋、非物质文化遗产传习所、传统工艺作坊、传统商铺等场所，展示历史文化遗产。

新华社发 刘道伟 作

台州府城打造“书香古城”与提升旅游文化品质的实践和思考

近年来，浙江省临海市着力打造“大雅临海，书香之城”品牌，在此背景下，临海市的台州府城文化旅游区在创建国家5A级旅游景区过程中，依托深厚的历史底蕴和丰富的文化积淀，通过“图书馆+”多元融合模式，打造了各类高品质、高人气的网红图书馆和网红书吧，为建设“书香古城”、提升旅游文化品质和塑造城市精神文化作出了积极贡献。

一、多元跨界融合打造“书香古城”

（一）泛在布局链接旅游场景。台州府城文化旅游区是一个充满文化和生活气息的景区，遍布景区的图书馆、书店等阅读空间，将书香融入生活、生产和文化生态情境之中，充分显示了古城深厚的文化底蕴和良好的阅读氛围，为游客提供了众多文化延伸产品，也增加了经营业态的文化吸引力。占地面积3.12平方公里的旅游区内，就有2家图书馆、31家书店、6家研学基地，如国家一级图书馆

——临海市图书馆，再望书苑，“普通读者”书店，府城客栈·迎春里书店吧，集图书、展示、红色文化等于一体的多功能互动式书院——观澜书院，新华书店概念书店——亩心田等。

（二）本土文化赋能旅游体验。遍布府城的阅读空间丰富了游客的旅游体验，尤其是本土文化的赋能，更增加了游客对府城传统文化的体认和关注。临海市图书馆专门开设地方文化展厅，精选展示当地500余册（种）代表性著述，成为临海特色文化传播平台；景区内所有民宿都配有《历史文化名城——临海》《风物中国志·临海》等地方文献供游客阅读；朱自清纪念馆、王士性、徐霞客纪念馆、紫阳苑等5处文化场馆，也都链接了地方文献读本，植入了地方文化。“江南赞”、五月工坊等文创空间也将临海本地历史文化以文创的方式活化演绎，使阅读与旅游、文创交相辉映，更富魅力。

（三）美学情境增添休憩趣味。台州府城各类阅读空间在设计时还充分考虑与周边环境及文脉相契合，将知识之美、人文之美、生活之美、自然之美融入一方，打造了多个广受好评的网红文化地标。如“普通读者”书店由百年历史建筑“余同丰”当铺、60年历史老仓库建筑群改建而成，2021年获 ArchDaily 中国年度建筑大奖；再望书苑以“阅读长城”为设计理念，不定期举办“长城下读首诗”“城下乐事”等活动，在吸收文化养分得以成长的同时，也将文化反哺给这座古城；云朵姐姐的秘密花园改造自一幢民国老宅，公共阅读空间在一片怀旧和民国风中尽显百年风华，令游客和读者沉醉其间。

（四）多元业态满足个性需求。台州府城是个开放的景区，游客需求层次各有不同，阅读空间也具有多元性，既有公共图书馆观澜书院、古城街道文明实践中心图书室等，也有与经营业

态结合紧密的特色书店。再望书苑以书店经营为基底，辅以自营咖啡、文创产品、文化活动等，跳出书店发展书店；“普通读者”书店对内作为余丰里民宿的服务功能，提升居住区的配套附加值，对外向居民和游客免费开放，成为街坊生活的延伸和城市会客厅。

（五）品质阅读提升景区品位。台州府城景区是一个不断生长的阅读文化空间，各阅读空间与古城的风光及人文互映，共促景区文化品位提升。再望书苑开展“再·地艺术家”计划、“肚抖喜剧公社”脱口秀、台州匿名小说家计划、青年诗歌奖等活动，成为具有一定知名度的网红书店；“普通读者”书店举办中国作家协会《小说选刊》创作基地揭牌仪式、当代实力派国画名家小品邀请展等大型活动，发挥了文化影响力；府城研学营地，涵盖写生、民俗、国学等6个基地，打造了“可游、可学、可研、可做、可秀、可评”的府城研学品牌。

二、提升台州府城景区阅读文化品质的思考

近年来，台州府城景区通过阅读空间再造和阅读文化重构，实现了阅读空间的魅力重塑和科学布局，但要真正打造好“书香古城”，实现景区效益提升与公共文化服务高质量发展，还需要在以下方面努力提高：

（一）打造鲜明的主题特色。要打造主题馆舍，充分结合各自业态和定位，精确定位，精选藏书，着力打造府城文化、旅游休闲、传统艺术等特色鲜明的主题空间，如观澜书院突出红色主题，“普通读者”形成文艺主题，再望书苑着力艺术主题等。要突出在地文化，集合临海本土历史文化馆藏，展示深厚文化底蕴，增强游客进一步阅读和探索古城文化的兴趣，实现阅读与旅游的双向互动。要形成特色活动，发动地方文化专家、非遗传承人等，定期为阅读空间送上更加丰富而有深度的阅读交流服务，大力营造书香氛围。

（二）推进文化的多元融合。要实现跨界文化融合，突出在地文化、周边人文的挖掘和培育，结合业态和经营主体的特色，打造有旅游文化标识的阅读空间。要培育多元阅读空间，关注青少年和低收入层次人群的阅读需要，切实发挥阅读文化的引领作用。要加大阅读交流，构建古城书香阅读会联盟，通过主客阅读分享活动，实现多种旅游文化主题的功能互补、特色互动、文化互鉴。

（三）加持优质的供给服务。要提供专业化的阅读服务，依托馆员的专业、博学、亲切，将各阅读空间打造成令游客身心和心灵双重温暖的地方。要提供人性化的亲民服务，既要方便读者进入，更要方便使用，尤其是要关照老弱病残等游客的阅读需要。要提供分众化的引航服务，既为不同人群、不同层次、不同需求的读者找书，也为书友找读者，并为游客提供电子书阅读指引和建议等。（浙江省临海市图书馆副馆长 徐媛苹）