

观察

完善评价考核指标体系 开创文明旅游工作新局面

由于评价指标体系的复杂性,使得创建单位和考评专家对重点和亮点的把控相对较弱,在第二轮验收时可对现有指标进一步聚焦,凝练出一批可以有效反映文明旅游的指标,将其作为强制或重点要素进行考量

□ 张佑印

随着生活水平的提高和带薪休假制度的落实,国人的旅游热情持续高涨,中国成为世界旅游大国。据统计,2019年,我国国内旅游人数60.1亿人次,入境旅游总人数3.1亿人次。如此庞大的旅游市场规模下,旅游者已经成为规模庞大的流动人口,他们行为文明与否已成为国民素质的重要反映。

为弘扬社会主义核心价值观,加强对文明旅游工作的引导,发挥文明旅游示范单位的示范带动作用,促进公民旅游素质提升,依据《中华人民共和国旅游法》《中华人民共和国国家标准》《文化和旅游部办公厅今年3月15日印发了《关于开展文明旅游示范单位要求与评价》(LB/T075-2019)实施工作的通知》。经自愿申报、省级文化和旅游行政部门审查推荐、全国旅游标准化技术委员会最终评定后,认定47家单位达到国家级文明旅游示范单位标准。创建工作开展以来,各地多措并举,取得了显著成效。

党建引领,凝聚文明旅游合力。各地充分发挥党组织的战斗堡垒作用,坚持以党建引领推动文明旅游发展,各级党员先锋自觉担当起文明旅游劝导员,宣传推介文明旅游工作,引导游客自觉投入到文明旅游行动中

来,形成单位拧成“一股绳”、人员合成“一张网”的文明旅游发展新格局。各地通过出台促进文明旅游政策,有效激发了文明旅游的效力。如部分山岳型景区通过奖励方式,鼓励游客自行带回上山产生的垃圾,既有效保护了景区环境,又能在景区内形成积极的文明旅游氛围。

资金投入,注入文明旅游动力。各地通过单独列支预算或设立文明旅游专项资金等形式,完善硬件和软件设施。如本溪水洞斥资500万元聘请专业团队设计更新标识系统,将文明旅游信息通过语音及卡通形象更好地传播出去;海南南山景区、柳州饭店、福州三坊七巷等景区均加大资金投入力度。

人才投入,带动文明旅游活力。各地通过“请进来,走出去”等措施积极培训创建单位员工,努力将其培育成文明旅游先锋。各地还通过设立“文明旅游先锋岗”“文明旅游监督员”等志愿者服务窗口,积极发挥志愿者在文明旅游中的作用。

宣传引领,彰显文明旅游魅力。各地通过开展文明旅游主题宣传活动,增设提示牌,印发宣传折页、纪念品等手段,多措并举,在全社会初步形成了文明旅游新风尚。如扬州瘦西湖在游客中心、景区主干道、卫生间、草坪广场等醒目位置设立提示牌,提

醒游客遵守文明旅游规范。

为深入推进文明旅游示范单位创建和创建工作,笔者提出以下建议。

一是提高认识,构建更具内生性的文明旅游机制。部分地区对文明旅游的认识还相对较弱,尚未将文明旅游上升到我国生态安全、文化可持续以及民族团结的高度,文明旅游相关工作浮于表面,深入的文明旅游体制机制尚未构建。笔者建议,文化和旅游部与全国文明办协调,将文明旅游示范单位纳入全国文明城市考核指标体系,鼓励各创建单位将文明旅游与责任绩效考核任务,与工资、奖励挂钩,奖罚并举,鼓励各地或示范单位自行出台符合自身特色的文明旅游规章制度,从而在制度层面引导和规范旅游行为养成。

二是培养意识,塑造更具主动性的文明旅游意识。虽然各地在文明旅游方面均努力做出一定的创新,但整体来看,举措相对单一,游客主动参与文明旅游的内在动力不足。笔者认为,一方面要强化文明旅游“提醒”层面创新。如强化导游词、讲解词对文明旅游的要求,强化工作人员操作流程中的提醒意识。另一方面要强化文明旅游意识培养方式的创新,除了通过单位内部报纸专栏、宣传杂志、广告、提示牌等传统形式宣传外,可强化通过手机短信、微信、抖音、微博等现代化媒体形式,进行多渠道、全

媒体的立体化宣传。

三是主客共促,形成更具社会效益的文明旅游环境。部分地区由于本地居民整体社会文明风尚不足,在卫生、礼貌用语、道德规范等方面存在诸多问题,导致游客自我约束力下降,不文明旅游行为时有发生。笔者建议,在新一轮评定工作中加强对创建单位员工文明程度和创建单位文明旅游意识输出的考察,如重视文明旅游进社区、进校园等活动,考察各创建单位是否通过各种主题活动加强对本地居民文明旅游意识培养,倒逼文明旅游行为养成。

四是聚焦主题,形成更具针对性的考核内容。当前评价指标体系由制度建设、卫生环境、服务质量、宣传引导、实践活动五大类构成,由于评价指标体系的复杂性,使得创建单位和考评专家对重点和亮点的把控能力相对较弱,建议在第二轮验收时可将有指标进一步聚焦,凝练出一批可以有效反映文明旅游的指标,将其作为强制或重点要素进行考量。在文明旅游示范单位验收方面,建议参考A级旅游景区、国家全域旅游示范区创建经验,增加创评单位视频汇报以及初审答辩等环节,对一些重点创建单位以及存疑的创建单位进行补充暗访调研。

(作者为北京体育大学体育休闲与旅游学院副教授)

话题汇·智慧旅游大家谈

创新信息服务方式与体验 加快文旅行业数字化转型

“一机游”不仅是一个APP或小程序,而应该是地方数字文旅基础设施完善的抓手,“一机游”APP水面以下所铺设的数字“地下管线”才是文化和旅游领域数字化转型的重要命题

□ 邓宁 张峰

“一机游云南”是国内第一个将景区预约、健康码和一键购票打通的省级旅游服务平台,是地方文化和旅游行业数字化转型的典型范例。“一机游云南”的实践,使文化和旅游领域建设基于移动互联网技术的信息公共服务与应用平台成为行业普遍共识。

2017年,云南省联合腾讯开启“一部手机游云南”(后简称“一机游”)项目建设,旨在建立由政府主导的省级移动互联网端文化和旅游公共服务与管理体系,解决当时云南旅游投诉居高不下的顽疾。“一机游云南”经过几年迭代升级,基于微信打通了城市服务的巨大流量,采用平台商户零佣金和“T+0”结算周期,为涉旅企业带来真正便利,投诉解决时效性和退货便利性得到游客普遍认可。

近年来,其他省区市也陆续启动了“一机游”平台建设。截至目前,全国23个省区市正在建设或已上线省级具有“一机游”特征的文化和旅游公共服务与交易平台,投资建设金额在500万元到5000万元之间,如贵州“一码游”、江苏“苏心游”、江西“游江西”、山西“游山西”、四川“智游天府”等。各省级“一机游”平台正逐步实现旅游资源与要素的有机融合,创新文化和旅游信息服务方式,推进了文化和旅游行业新型基础设施建设与数字化转型。

笔者认为,关于“一机游”的理论和实践需要关注以下问题:

一是需要明确“一机游”平台的定位。目前,“一机游”平台普遍由省级文化和旅游主管部门牵头、委托省属文旅企业或第三方公司建设和运营。各地市一级平台、各文化和旅游市场(例如博物馆、景区等)实体往往也在建设所辖区域“一机游”项目,多层次“一机游”平台之间层级、逻辑关系需要重新梳理。同时,“一机游”是以信息公共服务为主,还是公共服务与交易属性兼具也是需要明确的问题。

二是“一机游”平台与OTA平台之间的竞合。一方面,省级“一机游”平台的交易属性不得不面临市场化平台的激烈竞争。以携程、美团为代表的市场化OTA平台经过多年发展,已经在文化和旅游市场用户端形成了较为成熟、固化的文化和旅游使用和消费场景。从互联网服务获客的成本和用户心智养成的角度来看,如何让游客从其习惯的、固有平台迁移到后生的“一机游”平台进行交易也是需要面对的问题。另一方面,OTA在服务范围、用户习惯、运营水平甚至资金投入等方面较之政府端“一机游”优势明显,两者在市场方面实际存在竞合关系。

三是“一机游”概念的辨析与运营模式。“一机游”在各省实际落地时往往以一个APP或小程序为最终

产品形态,其本质是希望通过“一个APP或小程序”提供所有文化和旅游领域信息服务。旅游行为的链条相对文化活动更为复杂,一次出行过程所涉及的“食住行游购娱”各环节都存在市场巨头型企业,如何处理文化和旅游公共信息服务行业“面面俱到”和“精耕细作”之间的矛盾也是“一机游”需要思考的问题。因此,需要对“一机游”发展模式进行再定位与再思考。

首先,以信息公共服务作为“一机游”平台优先定位。目的地政府部门有义务向公众和游客提供信息公共服务,政府主导平台不缺位,维持其独立性、权威性是其存在的重要价值体现。这意味着不能完全以市场和企业的成交量、用户量、平台黏性等指标来评价“一机游”平台的建设成效,而应以公众对目的地信息服务的综合满意度作为考核指标。

其次,政府应以互联网思维建设和运营“一机游”平台。可以在以下几方面尝试流量运营:提供高价值信息,应保证权威、及时、准确的文旅信息公共服务;提供本地差异化信息,应能覆盖市场化城外平台所不及的差异化、人性化、微细化信息服务;提供刚需化功能,如文化和旅游场所的预约等,成为具有平台依赖的重要功能;提供用户价格优惠与补贴,能够为用户真正创造实惠与利益。

再次,“一机游”平台应作为各地文化和旅游行业数字化转型的入口。作为政府侧主导的文化和旅游数字化平台,“一机游”不仅是一个APP或小程序,而应该是地方数字文旅基础设施完善的抓手。“一机游”APP水面以下所铺设的数字“地下管线”才是文化和旅游领域数字化转型的重要命题。政府主导的文旅数字化应从网络、预约、支付、服务等方面提供统一接口规范,打通目的地信息化服务“最后一公里”的线下本地化部署,不仅服务于当地“一机游”平台,也为市场化应用进行本地化运营提供信息准入,这样才能有助于地方文化和旅游主管部门在市场化竞争中获得主动权、话语权。

最后,弱化“一机游”交易属性与强化其信息聚合属性。“一机游”平台的交易与供应链整合属性意味着需要较大的运营团队和投入规模,在现有市场格局下“轻资产”模式和信息聚合可能更有助于实现运营成本可控和持续化运营。充分借鉴成熟平台优势,充分做好本地化、高质量信息内容聚合与运营,提供受众集中、权威、便捷的本地文化和旅游信息推荐。与此同时,未来也可能突破省域“一机游”的地域局限,出现全国性文化和旅游公共服务平台,成为聚合各省级“一机游”平台资源的总入口。

(作者单位:北京第二外国语学院旅游科学学院、中国青旅集团)

时评

故宫“未成年人免票”具有示范意义

“博物馆不在于拥有什么,而在于它以其有用的资源做了什么。”让更多公共文化设施向未成年人免费开放,是大势所趋、民心所向

□ 潘铎印

为进一步贯彻落实《中华人民共和国未成年人保护法》,故宫博物院决定在原有6岁以下或身高1.2米以下儿童,以及每周二统一预约的中小学生对未成年人免费开放。随后,北京天文馆、圆明园管理处也相继发布公告,对未成年人试行免费开放。

博物馆呈现着一个地域历史和文化的积淀,是继承人类历史文化遗产的重要载体,也是展示社会文明发展的重要窗口,具有鲜明的公益属性。文化和旅游部数据显示,截至2020年底,全国共有公共图书馆3212个、美

术馆618个、博物馆5788个、文化馆3327个、文化站4万多个。这表明,参观文化场馆已成为许多群众重要的生活方式。

如果把藏品当作是博物馆的心脏,那么教育就是博物馆的灵魂。当前,随着回归传统文化热潮兴起,各地博物馆越来越受到公众欢迎,越来越多的少年儿童走进这个特殊的课堂,感悟历史,开阔视野,收获成长。然而,现实中一些文博馆、景区等场所免票优惠并未惠及所有未成年人,影响了未成年人参与公共文化服务的热情。故宫作为世界文化遗产、全国重点文物保护单位,对未成年人免费开放,不仅是对人民基本文化权益保

障的积极响应,落实法律赋予未成年人的免费或者优惠权利,也是以实际行动为教育让利,彰显了故宫的社会责任感和文化传承使命感。具有公益性的博物馆,理应发挥出最大社会效益。故宫“未成年人免票”的做法,具有长远的社会效益和示范意义。

故宫向未成年人免费开放体现社会责任担当。未成年人保护法明确规定,博物馆、纪念馆、科技馆、展览馆、美术馆、文化馆等场所,应当按照有关规定对未成年人免费或优惠开放。不测身、不限时间,故宫免费向所有未成年人敞开大门,是公共价值的延伸。它可以对接校园大门,帮助学生从校园跨进再生的“历史现场”。每

一次博物馆参观都是一场沉浸感很强的文化课,在未成年人心中种下关注历史文物、热爱传统文化的种子。

在一座城市中,博物馆就是一所大学,肩负着传承文化、培育审美之责。加强文物保护利用和文化遗产保护传承,各地各部门应与与时俱进地创新形式,让文物真正活起来,使文物更好融入生活、服务人民。要让传统文化润物无声融入更多孩子的生活,博物馆有义务想方设法拉近与未成年人的距离,引导他们开阔眼界,在品读精品、感怀历史中滋养精神。

“博物馆不在于拥有什么,而在于它以其有用的资源做了什么。”让更多公共文化设施向未成年人免费开放,是大势所趋、民心所向。尤其在“双减”政策背景下,我们期待更多博物馆、科技馆、美术馆跟随故宫的脚步,为少年儿童打开更为广阔的知识空间,满足未成年人多元化的文化需求。

声音

“科学技术的广泛、深度运用为考古研究打开更大的空间”

——《人民日报》近日发表题为《科技让考古焕发新的光彩》的评论指出,文物是可感知的历史,以文物为载体,增加人们对历史的认识、对文明的尊崇,同样是文物保护和传承的重要内容。在福州市博物馆,采用体感交互技术的“探宝”系统让观众化身虚拟潜水员进入水下沉船遗址场景,沉浸式“探宝”。借助数字化等技术手段,文物的展陈方式不断出新,为人们提供丰富的精神文化滋养,也为文物保护提供有力支撑。

“大力开发乡土文化旅游产品,发展文化体验、乡村研学、实景演艺等业态,实现乡村文化的主客共享”

——针对深入挖掘、继承创新优秀传统文化,把保护传承和开发利用结合起来,《光明日报》日前发表评论指出,传统农耕技艺是中国人生产智慧的高度凝结,传统乡土节庆、民族习俗等文化景观带来了体验乡村和寄托乡愁的丰富载体,乡土文化还成为特色农业、文化和旅游产业的重要源泉。在新的历史情境中,深入挖掘、继承创新优秀传统文化,才能让乡土文化生命不息、薪火相传,不断得到激活与创新、赓续与发展。

(本版编辑 龚立仁 整理)



网络主播带热冰雪旅游

近日,位于黑龙江省大海林林业局双峰林场的雪乡旅游风景区正式开园。伴着雪乡美景,网络主播们在多个平台开启直播,介绍雪乡文化,讲述雪乡历史,绝妙白雪吸引直播观看人数飙升。业内人士表示,网络直播作为一种新兴业态,与景区形成了互补关系,既带动了旅游,又传播了冰雪文化。

新华社发 徐骏作

读者来信

老年人报名参团为何多收费?

近日,笔者与老伴外出旅游前,咨询了几家旅行社,得知同一款旅游产品,老年人报名要加收费用,年龄越大,收费越多。据说,这是“年龄附加费”,有的旅行社干脆限制、拒绝70岁以上的老年人参团。与旅行社交涉无果,笔者只得多掏钱报了名。

现在,全社会尊老敬老已蔚然成风,优惠优待老年人的活动越来越多,如景区景点凭老年证可享半价或免费;城镇公交车,70岁以上可免费乘坐……而一些旅行社对老年人多收费,或限制老年人参团,这是很不合理的。即使对老年人没有优惠,起码也要做到与其他年龄的游客一视同仁。

节假日是旅游旺季,旅行社接待能力不足,费用上调一些,可以理解,但同一条旅游线路、同一款旅游产品,即使涨价,费用也应该相同,不能只针对老年游客涨价,如果拒绝老年人,或限制老年人参团,还涉嫌年龄歧视。

不可否认,老年人动作迟缓、反应迟钝,接待老年游客可能会比较麻烦,如果发生意外还会给旅行社带来风险。但这些都不是旅行社拒绝老年人参团的理由。笔者认为,凡是能参团旅游的老年人,对自己的身体健康状况都有客观的评估,并得到了子女和亲属的认可。

旅行社对老年游客多收费或限制、拒绝老年人报名,既不合理又不合法。旅游法第十一条规定,残疾人、老年人、未成年人等旅游者在旅游活动中依照法律、法规和有关规定享受便利和优惠。老年人权益保障法也规定,老年人有享受社会服务和享受优待的权利。消费者权益保护法规定,同一项服务,须“同质同量同价”。希望有关部门加强对类似行为的检查和监督,避免歧视老年游客的行为,以维护老年游客的合法权益。

(重庆市民 王伟)