

近日,有网友爆料称,西安某入境隔离酒店要求,入住客人如果确诊阳性,所接触过的酒店物品需要按酒店采购价格的80%进行赔付,该消息在社交平台上引发广泛关注。

网友爆料的图片显示,这家酒店在入住声明第17条中写道:“如遇住店客人确诊,房间内所有确诊者接触过的物品均按照确诊高危医废物品处理,所有高危医废物品均需按照酒店采购价格的80%赔付。此外,为全面阻断新冠病毒,所入住房间还需要封锁消杀,等待多次物表核酸及环境检测后再进行处置。”

对此,不少网友表示,酒店对阳性客人所接触物品经过彻底消杀清洗即可,没必要当作高危医废物品销毁处理,而且还需要客人进行赔偿,这项收费有些不合理。不过,也有网友表示支持酒店的做法,认为酒店此举是对后面入住客人的健康负责。

2022年12月29日,记者拨打该酒店客服电话,几经转接后,一位自称酒店负责人的男士回复了记者。他说,之前酒店确实有这样的规定,需要赔付的一般都是客人贴身使用的物品,包括床单、被罩、被芯、枕芯以及毛巾、浴巾等,这些物品都是要被当作医废销毁的布草,赔付的价格是与客人协商后决定的。该负责人称,目前酒店已不再接待前来隔离的客人。

酒店应该怎么处理阳性客人所用的物品?让客人承担赔付是否可取?记者带着这些问题,采访了6位不同类型酒店的负责人:

“从布草的专业清洗流程来讲,一个完整且正确的布草清洗过程,包括洗涤和高温烘干,也可以放入消毒液。这个清洗过程之后,布草是可以再使用的,因为已达到完好的清洁标准。了解布草的专业洗涤知识,就可以放心大胆地再次利用。”



图虫创意 供图

## 西安一酒店向阳性客人索赔引关注

□ 陈希  
本报记者 任丽

“从保护客人和保护员工的角度,报废布草一方面要根据防疫部门的相关要求,另一方面要与客人进行沟通。防疫要细节也要科学,尤其是年轻的接待专班,要理性对待防疫工作,提高自己的专业素养,了解如何去处理好与客人的关系。”

“布草报废让阳性客人自行承担费用绝对不合理。我们也是隔离酒店,都是自费请专业公司做消杀处理的。”

“阳性客人居住的房间消杀后至少要环境采样3次都是阴性,中间空余20余天不再安排其他客人入住。这是我们酒店专班组的做法。”

“前期的环境与放开政策之后的环境不一样,执行的措施也不同。在前期相关部门对布草报废有要求,而且当客人知道房间住过阳性客人也不愿意入住。但无论是哪种情况、哪个时间段,让阳性客人承担这个费用都是不合适的。”

“布草本身不属于消耗品,病毒在上面存活时间有限,所以消杀空置后就好,做好环境监测是酒店的服务职责。”

这6家酒店负责人的回复基本一致:让阳性客人使用过的布草买单是不合理的。

记者从西安市酒店营销经理人协会了解到,目前,西安的维也纳国际酒店西咸国际机场店、美豪酒店钟楼南门店、曲江惠宾苑、西安市唐隆国际酒店、高新科技路智选假日酒店等39家酒店具备对阳性客人进行分层、闭环管理的条件。以上酒店均签订了承诺书,参与了阳性感染者“安心住酒店”活动,成为首批试点酒店。

西安市酒店营销经理人协会会长张勇介绍,去年12月中旬,在西安市商务局的指导下,西安市酒店营销经理人协会面向西安市酒店发出“守望相助,共克时艰”倡议书。同时,在全市范围内开展了一次针对阳性感染者的“安心住酒店”活动。活动采用签订承诺书的形式,希望酒店在接待阳性感染者时,服务更正规、专业和人性化。

### 观点

## 正在恢复的市场需要精心呵护

□ 李原

近日,西安某酒店要收取前来隔离客人布草使用费的做法在网上引发热议。笔者认为,该酒店的做法涉及两种嫌疑:

一是有“强制消费”的嫌疑。以过夜为单位,向消费者销售安全舒适空间使用权和规范温暖体验价值是酒店产品的核心要素,而构成酒店空间和支撑服务的土地、建筑、设施设备、劳动工具等属于生产条件,而非产品的内容,不会因为消费关系的达成而发生所有权的转移。该事件中,作为酒店,消费者希望购买的不过是酒店的空间、时间和服务。然而,酒店从自身经营简单方便的角度出发所做出的相关要求,存在“强制消费”的嫌疑。按照《中华人民共和国消费者权益保护法》第十条:“消费者享有公平交易的权利。消费者在购买商品或者接受服务时,有权获得质量保障、价格合理、计量正确等公平交易条件,有权拒绝经营者的强制交易行为。”《中华人民共和国旅游法》第二章第九条规定:“旅游者有权自主选择旅游产品和服务,有权拒绝旅游经营者的强制交易行为。”尽管由于酒店产品的生活化特性,许多消费者喜欢酒店物品,在双

方达成共同意愿的前提下,酒店也会向消费者售卖床单、布草、杯具等用品用具,但这是特殊情况,而共同意愿是前提和基础,该事件中酒店的做法显然不属于这类情况。

二是有“消费歧视”的嫌疑。被感染不以人的意志为转移,阳性感染者更值得同情与善待。同时,国家防控措施优化意味着将阳性感染者作为特殊防控对象的时段已经结束,全社会应一视同仁,不加区别地对待。该事件中,酒店要求确诊阳性感染者必须承担赔偿责任的的做法显然不符合社会同理心。按照《中华人民共和国消费者权益保护法》第九条:“消费者享有自主选择商品或者服务的权利。消费者有权自主选择提供商品或者服务的经营者,自主选择商品品种或者服务方式,自主决定购买或者不购买任何一种商品,接受或者不接受任何一项服务。”《中华人民共和国旅游法》第二章第十条也规定:“旅游者的人格尊严、民族风俗习惯和宗教信仰应当得到尊重。”事件中,酒店将确诊阳性感染者作为承担某种责任的前提条件存在消费歧视的嫌疑。

市场恢复绝不是自然而然、水到

渠成的事情,疫情防控措施优化以后,消费者需要重建消费信心,市场需要培育提振的过程。在这一过程中,旅游市场参与者,包括消费者、产品提供者以及上下游产业关联者都需要做出努力,尤其是旅游产品供应者更要拿出具体而有效的方法,休养生息,精心呵护脆弱的市场。通过该事件,业者应该思考以下问题:

一是顺势而为,打造酒店新功能。新冠病毒的高传染性让人们,尤其是有老人、儿童的家庭异常紧张,人们需要一个安全方便、配有一定服务功能的空间来进行自我隔离与保护,除医院外,酒店成为当前社会中能够满足这种需要的场所之一,加之疫情防控期“隔离酒店”所形成的消费印象和习惯,因此在大面积感染的高峰时期,酒店成为许多消费者的一种消费需要和选择。需求即市场,考验酒店业的产品创新与建设能力。酒店可承担起特殊情况下的特殊社会责任,通过功能完善和流程完善,赋予产品更丰富、多元的内涵与功能,提升酒店的良好口碑和社会形象,进而为酒店在未来适应更多层出不穷的新需求、新消费、新市场变化,奠定坚实的专业性基础。

二是完善流程,构建酒店“放心空间”的新形象。

面对客人感染者相对密集的现实,酒店要通过创新、完善服务流程与操作规范,树立“安全堡垒”“放心空间”的产品形象。疫情防控期间“隔离酒店”是在防疫部门有选择、专业指导下开展工作的,而目前几乎所有的酒店都要自主地开展疫情防控与服务工作,这对酒店是一种考验,需要吸收

“隔离酒店”的防控经验,根据自身实际,逐步完善阳性感染者接待、服务标准与规范。同时,应增加必要的设施设备,如添加臭氧床具消毒设备、负氧离子发生设备、紫外线杀菌仪等,做好酒店空间,尤其是客房的卫生、防疫与病毒消杀工作。

三是完善服务项目,丰富酒店产品的新内容。

酒店在做厚健康消费者的服务产品价值的基础上,应针对阳性感染者不同阶段的不同症状与需要,开发出内容丰富的食品、饮品、用品、药品代购服务等新项目,为消费者提供感染期、恢复期等有针对性的服务,完善和增加酒店服务内容,增强消费者的消费依赖感,完善酒店产品的新内容。

四是关爱员工,提升酒店组织的新动力。

员工再好的市场都是空谈。酒店应强化服务操作流程,尤其是客房清洁的流程规范,强化员工安全保护意识和相关知识,并增加防护用品、口罩、手套、头套、防护性工作服等物资,强化对员工的保护,防止“不放开,没有客人;放开了,连员工都没有了”的情况发生,并完善阳性员工休假制度,强化对酒店员工的关爱,提升酒店凝聚力。

众人拾柴火焰高,在这个特殊时段,每家酒店、每一位酒店从业者应多积极正面的事情,以更有效、贴心、积极的行动促进消费信心,精心呵护每一位消费者,让市场更快、更好地恢复活力。

(作者单位:四川大学旅游学院)

## 无论何时莫忘初心

□ 谷安迪

理,即一个人只要“阳了”就理应承担某种额外后果或付出额外代价;另一方面,很多酒店因为疫情陷入了经营困境,由此产生了一些较为极端的成本控制倾向,企图通过一些方式实现“不合理的成本转嫁”。

这两种心理如果不及转变,很有可能影响酒店业的全面复苏。其原因很简单,这些“心理阴影”会让经营者和从业者在不自觉间偏离“以客人为中心”的初心。

毋庸置疑,在抗疫新阶段,绝大部分人会经历一个“阳”的过程,而“阳过”之后,人们会逐步进入“阳康”,进而迎来社会活力的全面恢复。在这个可见的未来趋势面前,作为服务型企业,如果还存有某种“感染有罪”或“感染有错”的歧视心理,那么,我们

未来则很有可能站在大部分消费者的“对立面”。

同时,“不合理的成本转嫁”无异于“竭泽而渔”,纵有万般困苦,酒店业者也不能将“痛苦”转嫁到消费者体验之中。因为在全面复苏的前景之下,酒店之间的竞争将重新回归到体验层面上。届时,因不合理的成本转嫁导致的不良体验,必然会阻碍酒店复苏的脚步。

实际上,无论从哪个角度分析,其要义只有一个,那就是“以客户为中心”。正如彼得·德鲁克所言:“企业的唯一目的就是创造客户。”任凭经营环境如何变化,都要持续地站在“以客户为中心”的角度去思考,通过满足不同时期的消费者需求创造被消费者充分欣赏的价值,就是持续创造客户的努力路径,这是不变的企业生存之道。

疫情的发生,在一定程度上打击了业者的信心,甚至在思维方式中留下了不少偏执。然而,疫情终将过去,当市场恢复常态,经营和服务也终将回归酒店的初心。所有人应该勇敢起来,找回一直笃信的服务精神,一同迎接复苏的到来!

本报常年法律顾问:  
北京市岳成律师事务所  
网址: www.yuecheng.com  
电话: 010-84417799  
微信: beijingyuecheng  
地址: 北京市东三环北路丙2号天元港中心A座7层

## 广东江门:研学旅游让侨乡基因代代传

“小朋友们,白鹭和灰鹭有什么不同呢?”每逢春秋时节,广东省江门市的小鸟天堂国家湿地公园总会迎来一群身穿校服的小游客。在自然教育导师绘声绘色的引导下,他们登观鸟楼寻觅鸟儿踪迹,坐游船到鸟类聚居岛,近距离观察小鸟形态与习性,一场生动的科普自然课堂便就地开讲。当“读万卷书”与“行万里路”融合碰撞,以旅游深度体验代替传统看书听讲的研学旅游不断升温,成为江门文旅市场新蓝海,充实了文旅融合产品的内涵与体验。通过创新性开发、创造性落地,依托底蕴深厚的华侨文化、红色文化、商贸文化、民俗文化以及独特的自然风光,侨都江门研学旅游方兴未艾。

### 从走马观花到寓教于游

秋游季,研学旅行走进市场,一辆又一辆大巴车载着学生驶进江门。在开平碉楼文化旅游区,他们津津有味聆听华侨历史故事,跟着“寻宝地图”在风格各异、造型精美的碉楼寻找文化特征。

他们走进新会柑园做“柑农”,在开皮、翻皮、晒制等新会陈皮炮制技艺中感受新会陈皮非物质文化遗产项目的独特魅力。

台山那琴湾海岸线边,生动有趣的台风科普、滩涂寻宝有序进行。在研学旅游发展的带动下,江门传统观光式旅游向深度体验游不断靠拢,将“知”与“行”合为一体,成为行走的“课堂”。从新会柑园到那琴湾,从开平自力村、仓东基地到小鸟天堂,山川河流、历史建筑、非遗项目都成了生动立体的教科书,趣味

性足、体验感强的体验活动为游客打造沉浸式学习场景,在提升人们游玩体验感的同时实现寓教于游、学有所得。

仓东“新村民”一踏进村落,游学体验就开始了。在这条开基于元朝的华侨特色村落里,游客吃在祠堂、住在碉楼,早晨乡野里体验农耕,以行促知;午后碉楼前学唱本地民歌,了解仓东乡村振兴的思路做法,开拓视野;日落西山在秉文祠堂学习灰雕、舞狮、传统美食。他们在游中学,解锁开平世界文化遗产背后的中国近代史,同时也在行中领悟“文化保育”和“乡村振兴”。这比走马观花式的“打卡”更深刻、有意义,能够持续丰富和扩展江门全域旅游内涵与外延。

2022年518国际博物馆日,“邑起游,乐在侨都”闯关游戏、古典家具拆装体验等沉浸式研学活动吸引

了不少游客走进中国侨都华人华侨博物馆,使博物馆一改沉闷、严肃的刻板印象,文物也鲜活有趣了起来。以文物资源为核心,以传承侨乡文化为主题,该博物馆推出特色鲜明、体验丰富的华侨历史专题研学课程、侨乡非物质文化遗产体验课程、国学文化课程三大主要课程,建立具有侨乡特色的博物馆研学基地,通过研学旅游创新公共服务。

### 深入触摸城市文化脉络

作为一种将教育活动与旅游体验合二为一的新兴形式,研学旅游在带动江门旅游体验优化升级的同时,更打开了文化传承“新窗口”。

跟粤菜师傅学做台山黄鳝饭,咏春拳师傅教练拳路……江门本地旅行社“跟着非遗游江门”研学线路一经推出便得到了热烈反响。该线路将江门非遗课堂从校园搬到乡村里、碉楼外,辅以专人讲解非遗故事、对话非遗传承人等内容。“相比单纯的游山玩水,这样的行程让人眼前一亮。”市民黄女士与儿子近距离体验了一把江门非遗的魅力。

中国研学旅游推广联盟宣传部部长张令伟教授表示,研学游应强调育人功能,具体到江门,需要结合本地社会历史文化有针对性地开发活动课程,搭建文化传承的桥梁。作为中国侨都,江门侨乡文化特色

鲜明,有世界文化遗产“开平碉楼与村落”、世界记忆遗产“侨批档案”(五邑银信),以及100多项非物质文化遗产,文化内涵丰富而鲜明,诸多华侨名人故里、历史侨乡、碉楼群等各类文化遗存成为研学旅游的良好载体。

依托于此,开平碉楼文化旅游区举行“万名学生游碉楼”农耕活动,并设置互动课程引导学生在碉楼中探索侨乡历史,活态传承“文化薪火”;江门借中国侨都华侨华人嘉年华、“少年中国说”等文化主题活动注入“研学游”元素,使侨文化以可视可感的研学活动加深海内外华人的集体记忆情感;良溪村、古述水乡等华侨古村落深挖历史遗迹和人文故事,开展非遗技艺体验活动,举办节庆民俗活动,以研学旅游唤醒乡愁记忆,延续城市“侨”基因。

周末,开平镇濠泥鸡市级非物质文化遗产传习馆内,忙着指导研学游学生制作泥鸡,挖泥、倒模、上色,的繁忙过程让学生大开眼界。自2016年回村打造镇濠泥鸡非遗传习馆,冯永勇一边坚持传承传统文化技艺,一边开拓青少年了解、传承非遗的新路子。

“传承文化,‘活化’非遗并不是靠简单陈列、展示,通过研学旅游可以找到非遗与现代生活的切合点,有

效焕发传统文化新活力。”江门市非遗保护中心相关负责人表示,如今,台山广东音乐、新会葵艺等非遗项目持续融入“非遗大师面对面”“非遗少年行”等研学旅游活动中,在孩子心里播下保护和传承非遗的种子。

### 创新驱动旅游内生动力

2021年,国务院印发《“十四五”旅游业发展规划》,其中明确提出加快发展研学实践活动。如此一来,研学旅行不仅为江门定义了一个新的文旅细分市场,更推动江门文旅行业持续探索新模式、开创新产品。

近年来,江门深耕研学市场,在推进鹤山香山景区、开平大沙里欢茶谷景区、新会京梅村创建成为国家3A级旅游景区后,积极培育“研学游”新业态,如蔡李佛拳发源地京梅村提炼功夫元素以墙绘、浮雕、景观装置营造良好研学氛围,规划引进专业文旅机构做细做实研学产品,让蔡李佛拳文化看得见、摸得到、学得会。2022年,新会京梅村与恩平歇马村入选第一批“广东省乡村研学旅行特色村”。

研学旅游新市场带来的机会远远大于挑战,使江门文化旅游持续激发内生动力。江门市春秋国际旅行社策划“粤菜师傅少年行”研学活动,让游客在找美味、做美食的过程中感受侨乡美食文化魅力。江门大

方旅游国际旅行社结合陈皮制作技艺、“岭南蜂疗”传统医药非遗项目开展“中医非遗研学游”,截至目前已吸引全国各地游客3489名。

双合镇以采春茶、种水稻、割秋禾、挖冬薯等季节有主题、特色好玩的研学活动吸引游客走进田野与茶园。“产、学、研、游”融合发展模式为乡村振兴注入新动能,全镇每年接待游客近50万人次。冯永勇将镇濠泥鸡非遗传习馆重建后,组织村民建设研学场馆、开发亲子游和研学项目,既让镇濠村成为江门非遗展示的窗口,也带动了镇濠村旅游发展,接待游客量每年以两位数增长,2022达到1万人次。

广东新会小鸟天堂国家湿地公园管理处宣传科负责人王国丽表示,目前,公园以“世界湿地日”“森林文化周”等为契机积极开展系列自然教育活动,并组建自然教育专业团队开发多样的自然教育课程产品,定期开展自然教育科普小课堂。未来,景区还将加强研学产品研发,探索打造内容丰富、特色鲜明的研学旅游示范基地。

下一步,江门将通过梳理整合文化旅游资源,鼓励A级景区开发研学旅行产品或者服务,打造研学、工业旅游线路等,多措并举擦亮具有江门“侨”文化内涵的研学品牌,以研学旅游促进文旅产业高质量发展。