

观察

# 创新推动旅游公共服务质量全面提升

□ 特约评论员 吴丽云

旅游公共服务质量提升可通过优化供给、提升水平、培育品牌、创新方式等四个方面予以推进,实现旅游公共服务在数量、结构、质量、品质等方面的全面提升,以更好地满足人民群众日益增长旅游需求

近日,文化和旅游部召开推进公共文化服务高质量发展工作会议,提出要大力发展旅游公共服务,加强顶层设计、部门协调,谋划实施重点工程项目,以点带面推动全局工作。旅游公共服务是旅游产业发展的基础,旅游公共服务质量和水平不仅是旅游目的地发展成熟度的重要标志之一,也是旅游目的地市场竞争力提升的客观要求。

旅游公共服务质量提升可通过优化供给、提升水平、培育品牌、创新方式等四个方面予以推进,实现旅游公共服务在数量、结构、质量、品质等方面的全面提升,以更好地满足人民群众日益增长旅游需求。

一是优化旅游公共服务供给。要完善旅游公共服务基础设施供给,强化统筹规划和协调,进一步优化其空间分布结构,增强旅游公共服务的均衡性和可及性。通过旅游产业发展专项资金继续加大对乡村、中西部地区旅游厕所、旅游停车场、游客中心建设的支持力度,持续优化旅游公共服务基础设施的空间供给结构,改善中西部地区和乡村地区旅游发展基础。

要协同相关部委,进一步推进完善全国旅游城市旅游交通和旅游道路建设,将西部地区、各地乡村作为旅游交通和旅游道路提升的重点区域,进一步提升旅游景区的可进入性,完善“快旅慢游”系统,优化游客的出行

体验。推动旅游特色公路、旅游风景道等的建设,完善城乡中心到旅游景区的观光巴士、旅游直通车,提升全域通达能力。推动各地加强旅游数字化基础设施建设,加强大数据资源、旅游公共服务网络平台建设,推动旅游信息、数据等的公开和共享。

二是提升旅游公共服务水平。旅游公共服务水平的提升,有赖于形成规范化的服务内容、更广泛的社会参与、更丰富的服务形式以及更高效的服务机制,进而促进旅游公共服务质量全面提升。推动旅游公共服务标准落地实施和持续创新,紧跟市场消费需求,形成标准化的公共服务接待、服务规范、内容呈现、互动方式、投诉处理等流程和程序,为游客提供优质、贴心的旅游公共服务。

提升旅游公共服务质量,需要更多社会力量的参与,进一步提高旅游公共服务质量的覆盖面和专业度。要广泛吸纳社会力量加入旅游公共服务志愿者队伍,围绕旅游产业发展相关重大活动,打造不同主题的旅游志愿服务者队伍。以文化和旅游志愿服务典型案例为指引,不断扩大旅游志愿服务规模,提升旅游志愿服务水平。

探索线上和线下相结合的旅游公共服务内容提供,在线下公共服务的的基础上,通过线上咨询、云旅游、云展览、云演出等方式不断扩大旅游公共服务的覆盖范围。关注老年人、儿

童、残疾人等特殊人群需求,提供线下预约和预订窗口,完善旅游公共场所和旅游景区的轮椅、儿童手推车服务,推动旅游企业不断完善便利特殊人群的设施、设备和服务,保障特殊人群的旅游权益。

推动旅游公共服务供给的机制创新,调动社会力量参与旅游公共服务建设,探索政府采购交由企业经营的方式,增强旅游公共服务的供给活力。积极探索基于大数据和市场信用的市场监管机制,引导企业关注服务质量提升。基于旅游行业大数据,对旅游企业进行动态监控,随时处置各类服务问题,提升监管效率。基于旅游企业信用评价结果进行分类监管,推动旅游企业持续提升服务水平。

三是培育旅游公共服务品牌。品牌化是服务质量提升的有效路径,也是各地提升旅游公共服务能力,推进旅游公共服务标准化、均等化、品质化的重要抓手。国家层面已经培育了国家公共文化服务体系示范区、基层公共文化服务高质量发展典型案例等公共服务品牌,对于引导各地旅游公共服务品牌建设发挥了积极的示范作用。

在旅游公共服务品牌培育中,各地应结合本地产业优势,打造具有本地特色的旅游公共服务品牌。当前,多地已开展了积极探索,如贵州聚焦志愿服务,培育文化和旅游志愿服务

品牌;四川推出了文旅公共服务优秀品牌、优秀案例、优秀团队、优秀站点等系列品牌;广东、广西、山东等地也积极培育和打造文化和旅游公共服务品牌,并以此为基础,引领本地旅游公共服务创新和高质量发展。与此同时,要充分发挥旅游公共服务品牌的示范引领作用,带动更多、更具特色的旅游公共服务品牌的培育和建设,推动旅游公共服务质量全面提升。

四是创新旅游公共服务方式。以更加开放的思维创新推动旅游公共服务提供。探索文旅融合背景下的旅游公共服务形式创新以及跨区域旅游公共服务共享机制,不断提升旅游公共服务质量,提升游客体验。

拓展旅游公共服务的外延,以创意呈现方式将旅游公共服务扩展至更广阔区域。上海市推出“建筑可阅读”服务内容,通过二维码,让建筑可读、可听、可看、可游,创新了旅游公共服务方式,拓宽了服务空间。

同时,通过协作创新,拓宽旅游公共服务区域范畴,打造跨区域公共产品服务产品,也是当前各地旅游公共服务方式创新的重要形式。北京、天津、河北联合推出京津冀旅游年卡,将三地主要旅游景点纳入其中;上海和浙江嘉兴联合推出长三角PASS,打通两地旅游景点,实现了跨区域旅游资源、公共服务、社会福利共享,可谓旅游公共服务方式创新的有益探索。

## ● 聚焦国家文化公园建设

# 建好黄河国家文化公园 讲好新时代“黄河故事”

□ 田世民 夏厚杨

党的二十大报告提出,加大文物和文化遗产保护力度,加强城乡建设中历史文化保护传承,建好用好国家文化公园。深入学习宣传贯彻党的二十大精神,建好用好黄河国家文化公园,是保护传承弘扬黄河文化的重要路径

党的二十大报告提出,加大文物和文化遗产保护力度,加强城乡建设中历史文化保护传承,建好用好国家文化公园。黄河文化是中华民族的精神和灵魂,黄河文化保护传承弘扬是一个庞大复杂的系统工程,既涉及基础理论研究,也包含保护传承弘扬途径、模式、关键技术与措施等。自2019年以来,从中央到地方均采取了一系列措施推进黄河文化保护传承弘扬工作,从顶层设计、宏图擘画到具体文化要素的完善著述,黄河文化保护工作取得了显著成效。深入学习宣传贯彻党的二十大精神,建好用好黄河国家文化公园,是保护传承弘扬黄河文化的重要路径。

党的二十大报告提出,要增强文化自信,提炼展示中华文明的精神标识和文化精髓。黄河保护法更是以国家法律的形式,对黄河文化保护重点工作明晰了权责。总体上,黄河文化保护工作呈现蓬勃向上的发展态势。新时代,做好黄河文化保护传承弘扬工作需重点把握以下几个方面。

一是牢记保护传承弘扬黄河文化的初心使命,有序开展、深入推进黄河文化保护传承各项工作。习近平总书记任总书记在黄河流域生态保护和高质量发展座谈会上指出,要深入挖掘黄河文化蕴含的时代价值,讲好“黄河故事”,延续历史文脉,坚定文化自信,为实现中华民族伟大复兴的中国梦凝聚精神力量。这一重要讲话明确了黄河文化保护传承弘扬的初心使命,黄河文化保护的各项工作都要秉持这一初心使命,通过挖掘、提炼并展现黄河文化蕴含的时代价值,使之成为我国文化强国建设和实现中国梦的精神力量的重要支撑。

二是基于黄河治理文化中“治河与治国”的历史逻辑,阐述好“黄河文化是中华民族之根与魂”这一时代命题。黄河文化中“文化”是本色,“黄河”是特色,黄河文化以几千年来入河关系为基础孕育演变。中华民族治理黄河的历史也是一部治河史,最早由治水有功的大禹而始,松散的部落因黄河水患而聚集互动,形成家国天下,凝聚家国情怀,最终成就大一统的中华民族。历朝历代,黄河治理与国家兴衰密切相关,成为影响国家民族命运的“国之大事”。千百年来,黄河成为民族基因里最活跃的因素。黄河治理文化是黄河文化的重要组成部分,将黄河治理文化中“治河与治国”这一历史逻辑阐释清楚,也就明晰了中华民族根与魂的时代命题。

三是深入挖掘黄河文化中蕴含的文化价值,为社会主义核心价值观体系提供重要支撑。习近平总书记指出,要以社会主义核心价值观为引领,发展社会主义先进文化,弘扬革命文化,传承中华优秀传统文化。这些文化元素在黄河文化中均有丰富的体现。在同黄河水患作斗争中体

现出的自强不息、自力更生精神,在黄河之滨繁衍生存表现出的吃苦耐劳、坚韧不拔精神,以及以水为师、道法自然的天人合一精神,开疆拓土、民族融合过程中的兼容并蓄特质等,无不是中华优秀传统文化的精神特质。遍布黄河两岸的爱国主义教育基地,彰显民族气节的《黄河大合唱》等文艺作品,形成和丰富了黄河文化中的红色基因。1946年,中国共产党领导成立了冀鲁豫解放区黄河水利委员会,翻开了人民治黄的新篇章。黄河保护治理过程中的方略演变、科技进步以及以人民为中心的治理理念,成为我国社会主义先进文化的重要组成部分。系统梳理黄河文化中蕴含的文化价值,深入挖掘其时代价值,是新时代坚定文化自信的重要举措。

四是依托黄河生态廊道建设黄河文化廊道,建设黄河国家文化公园。黄河国家文化公园涉及范围广、要素多、类型丰富,从现实情况来看,不同区域之间黄河文化要素的有机融合,在体制机制以及建设模式上存在一定的难度。相对而言,依托黄河生态廊道,借助黄河干支流的天然水力联系,统筹沿岸文化要素、流域水景观、水利工程等资源,基于黄河重要节点和河段,“点、线、面”相结合,建设集水利、生态、文化、旅游等于一体、贯穿九省区的黄河文化廊道,更为可行,且可以作为黄河国家文化公园的先行区和示范区。

五是逐步改变现有黄河文化研究的碎片化和割裂化,加强黄河文化研究的系统性和整体性。要系统梳理当前黄河文化研究中存在行业隔阂、时空割裂等问题,系统开展黄河文化资源调查和认定,建立黄河文化资源基础数据库,剖析黄河文化中自然景观、历史文化、民间文化、保护治理、红色文化等不同领域之间的有机联系,明晰黄河文化要素的时序演化、空间联系、学科融合,并以黄河为纽带串珠成链,构建具有系统性、逻辑性、整体性的黄河文化研究体系。

六是加强黄河文化国际传播,为构建中国话语和中国叙事体系提供有力支撑。黄河文化是中华文明的重要标志,也是人类文明的重要组成部分,黄河保护治理与世界大江大河治理息息相关,是推动中外文明交流互鉴的重要抓手。未来需基于黄河文化提炼展示中华文明的精神标识和文化精髓,开展提升黄河文化影响力。依托黄河文化,向全球推介中华文明的优秀基因,打造对外文化交流的窗口,为构建中国话语和叙事体系、深化人类命运共同体的理论基础提供支撑。

(作者分别为:黄河水利科学研究院江河治理中心副主任、国家文化公园专家咨询委员会黄河组委员,黄河水利委员会办公室主任科员)

来论

# “人猴分离”是平衡旅游发展与动物保护的有益探索

□ 徐刚

从发展旅游的角度看,当然是猴群离游客越近越好,但从保护猴群的角度来说,游客离猴群越远越好。如何平衡两者之间的关系,考验着景区管理者的智慧

据《成都商报》报道,不久前,某游客在网络平台上吐槽,在峨眉山游玩时,遭遇猴子抢东西还攻击人。这位游客质疑峨眉山猴子攻击性强是否与景区对猴群过度保护有关?对此,峨眉山林业管理所向游客致歉并回应称,景区为减少猴子伤人情况做了很多尝试,目前在清音阁猴区实行“人猴分离”管理模式已初见成效,游客可以远观猴群,同时又有有效保护了猴群。

猴子是景区重要的野生动物资源和旅游资源。然而,近年来峨眉山的猴子名声却不太好,不仅抢游客东西还咬人,成为名副其实的“泼猴”。不少游客希望到峨眉山看猴子,可又担心被猴子攻击。在这样的情况下,峨眉山清音阁猴区尝试“人猴分离”管理,是形势使然,更是大胆尝试。

从过去的近身投喂到现在的只能

“远观不能亵玩”,人离猴子越来越远,不会担心出现“人猴大战”、被猴子咬伤抓伤的情况了。游客的安全性增加了,同时也改变了过去猴群依靠投喂生存的习惯,让猴群回归其野外生活自行觅食的状态。可以说,“人猴分离”实际上是对猴群的一种保护。

峨眉山的猴子为什么会成为“泼猴”?为什么会屡屡出现“人猴大战”?其实真正应该反思的是游客。一直以来,游客以喜欢和爱护动物的名义,对猴子进行大量投喂,并乐此不疲。然而,这种投喂行为也使得猴群客观上改变了野生动物的习性,激化了人与动物的冲突。同时也降低了猴群的野外生存能力,影响了野生动物种群的健康发展。

利用当地野生动物资源发展旅游,可以增进游客对野生动物的了

解,培育游客的生态保护意识,并通过发展旅游业增加收入,反哺野生动物保护。

猕猴是峨眉山珍贵的旅游资源,也是需要倍加保护的野生动物。当然,不少猕猴景区都延续着“看山撸猴”的思维,试图拉近游客与猕猴之间的距离。然而,由此也带来了过度投喂、猴子伤人等一系列问题,长期以来没有得到有效解决。

旅游法规定,旅游业发展应当遵循社会效益、经济效益和生态效益相统一的原则。国家鼓励各类市场主体在有效保护旅游资源的前提下,依法合理利用旅游资源。野生动物保护法也要求,任何组织和个人都有保护野生动物及其栖息地的义务,禁止违法猎捕野生动物、破坏野生动物栖息地。省级以上人民政府依法划定相关自然保护区域,保护野生动物及

其重要栖息地,保护、恢复和改善野生动物生存环境。有关地方人民政府应当采取措施,预防、控制野生动物可能造成的危害,保障人畜安全和农业、林业生产。

从发展旅游的角度看,当然是猴群离游客越近越好,但是从保护猴群的角度来说,游客离猴群越远越好。如何平衡两者之间的关系,考验着景区管理者的智慧。

对于峨眉山景区实行的“人猴分离”尝试,有人戏称“峨眉山的猴子,你们的好日子到头了”。

对于游客来说,虽然失去了近身投喂猴子的乐趣,但是从某种意义上讲,“人猴分离”启示人们:人与自然和谐共生,人与动物和谐相处,最重要的是尊重自然、保护自然,而不是用人类的爱好和思维去影响动物的生活。



## 现场购票不用预约 适老服务提供便利

据《中国青年报》报道,近日,有网友反映,一些博物馆和景区只能凭预约进入参观,不会网上预约的老人感到很不方便。媒体探访发现,恭王府、香山公园等景点均为老年游客预留了一定数量的线下门票。一些博物馆表示,60岁以上的老年人可以凭借身份证直接进入馆参观,不需要提前线上预约,且都不受线上预约人数限制。

视觉中国 供图

## 声音

“乡村休闲旅游要‘土’得有特色,‘精’得有味道。”

——不久前出台的中央一号文件提出,要实施乡村休闲旅游精品工程。对此,《经济日报》发表评论指出,“精”要首先体现在项目规划设计上。城乡居民到乡村旅游,不外乎是想体验和城市景观不一样的感受,“望山见水忆乡愁”,乡村休闲旅游项目难的是要把“乡、土、俗、古”等要素充分体现,不能仅是农家乐的土俗、农事体验的土味,还要把文化、教育、康养、云体验等新内容融进去。“精”还要体现在功能定位上,按照“吃住行、游购娱、文教养”的需求,细分市场,让幼有所教、青有所游、中有所憩、老有所养,感受不一样的消费体验。“精”还要体现在精心的服务上,服务水平的高低是影响游客流量的重要因素。乡村休闲旅游的技术规程和服务标准要抓紧完善,以标准促进服务质量提升、以服务

质量赢得游客口碑。

“今后会有越来越多的局长们加入进来。这就给大家提出了难题:如何在‘卷’起来的同时,做得比别人好?”

——针对近期一些地方文化和旅游部门官员出镜为地方文化和旅游代言,《工人日报》发表评论指出,现在来看,“先行者”们选择了一条正确的道路:立足当地,展现文化。具有特色的地域文化能够迅速带来关注,而国内巨大的文旅市场,也给了各地局长们发挥创作才能的空间。文化是一个地方最大的软实力,也是能够持续吸引关注的最大优势,如何把地方文化的魅力充分、有效地展示出来,或许是决定局长以后要“卷”的重点。随着“竞争”逐渐激烈,对局长们的真正考验或许才刚刚开始。

(本版编辑 龚立仁 整理)