

观察

全面做好服务保障 迎接五一客流高峰

□ 特约评论员 王德刚

今年五一假期是疫情防控政策优化调整后一个最适宜出游的长假，一些旅游目的地有望迎来超过疫情前同期的客流量。这对于经历了三年疫情洗礼的旅游行业来说，将是一次严峻考验。各地有关部门、旅游企业要未雨绸缪，切实保障广大游客度过一个安全、便捷、舒心的假期

今年以来，我国国内旅游市场呈现快速复苏态势，一些热门城市和旅游景区出现了游客爆满现象。五一假期即将到来，多个在线旅行服务平台数据显示，今年国内游和出境游订单量均已全线超过2019年同期水平，更多游客希望走得更远。飞猪数据显示，五一假期中长线游订单占比高达九成以上。携程数据显示，国内长线旅游订单占比超六成，同比增长811%。马蜂窝大数据显示，长线出游订单占比超过80%。

今年五一假期是疫情防控政策优化调整后一个最适宜出游的长假，一些旅游目的地有望迎来超过疫情前同期的客流量。这对于经历了三年疫情洗礼的旅游行业来说，将是一次严峻考验。各地有关部门、旅游企业要未雨绸缪，切实保障广大游客度过一个安全、便捷、舒心的假期。

旅游目的地要切实做好旅游产品供给和公共服务保障。对于许多热点旅游目的地来说，应对假日大客流首先要做的是管理水平，特别是旅游公共服务和保障能力与水平。各地

重点应做好以下几方面工作：

一是组织好旅游产品的生产和供给，形成配套完善的产品供给体系。要提供数量充足、类别丰富的旅游产品，如观光、休闲、娱乐、住宿、餐饮、购物、运动、体验、研学、艺术鉴赏等，满足游客的多样化需求。

二是做好公共服务保障，旅游信息发布、交通、医疗、卫生、投诉和纠纷处置等涉及游客出行的相关事项，都要做好充分的系统性保障。特别是一些旅游热点目的地，交通导引、高速路口出入口导流、旅游热点场所停车场管理等，往往会成为公共服务的“卡口”。一些城市在节假日可将沿街停车位的院落空间开放，让游客免费停车，这在一定程度上能够缓解停车难问题。

三是做好安全管理预案。假日期间，各地将迎来巨大客流，对娱乐场所和景区等企业的安全工作是一大挑战。因此，要做好及时、有效的应急预案，确保假日旅游安全万无一失。

旅游企业要保质保量提供旅游产品和服务。作为一种服务性产品，旅

游产品的许多环节是由人提供的，具有一定的弹性空间。相关企业应该不折不扣地生产和提供符合质量标准的产品与服务，不能因为客流量增大而降低质量标准。

因此，相关企业要在员工组织、物料储备、生产环境、设施设备维护和调试、客流管理等环节做好充分准备，保证充足的生产和服务能力。特别是在生产和服务人员安排上，要科学判断客流规模对生产和服务人员数量的要求，提前补充、做好培训，以保障假日期间运营安全有序。

旅游消费者要提前做好出游计划。假日期间出现游客“扎堆”现象不可避免，游客要做好出游攻略，预订好酒店、门票、车票或机票，关注目的地和沿途旅游市场信息，注意天气变化。自驾游要提前做好车辆检修保养，备好出行所需物品。如此，才能让自己和家人假期出游快乐、舒心、顺利。

社会公众要以积极的心态面对假期旅游市场出现的各种现象。无论是目的地居民，还是其他社会公众，面

对假期巨大的客流和各种信息，都应该用一种积极的心态来对待。特别是一些热点旅游城市，蜂拥而至的客流、车流会给城市环境带来一定影响，也会给当地居民生活带来一些不便。城市居民应该以“主人”的身份对待外来的“客人”，把自己的城市变成一个主客共享的大家园。

在这方面，山东淄博的做法值得借鉴。随着淄博烧烤火爆“出圈”，美团、大众点评等平台上五一假期的订单量同比增长了2000%。为此，淄博市发布了《致全市人民的一封信》，号召全体市民在这一特殊的时期秉持开放包容之心、大气谦和之心，在各种消费场所、公共场所做到游客优先，做一个“好客”“让客”的好市民。

总之，当前正值旅游市场加快恢复发展之时，业界对即将到来的五一假期充满期待。无论是各级政府、各类旅游和服务企业，还是旅游者都应做好充分准备，进而保障出游人群获得高质量的旅游体验，居家休闲的人们也能享受美好的假日生活。

时评

强化刚性约束 引导文明出行

□ 潘泽印

近日，在上海迪士尼乐园，一名男性游客在非吸烟区抽烟。工作人员提醒后，该男子突然发怒，并对工作人员动手。在场的工作人员被逼哭并道歉后，该男子仍不罢休，追着工作人员推搡、辱骂。

事件发生后，迪士尼方面表示，涉事游客将被永久禁止再次进入上海迪士尼度假区。来自上海浦东警方的消息，涉事男子因殴打他人被行政拘留5日。因不遵守公共秩序、无视法律规定，辱骂、殴打工作人员而受到法律惩罚，可谓咎由自取。

今年以来，我国旅游市场持续复苏，行业回暖向好的势头令人欣慰，同时也有一些现象值得关注。在一些景区，乱扔垃圾、破坏生态、扰乱公共秩序、违背公共规则、无视安全底线等不文明旅游现象时有发生，不仅扰乱了景区的正常秩序，也影响了其他游客的参观体验，甚至可能威胁人身安全，造成财产损失。

近年来，随着旅游部门持续开展文明旅游工作以及社会各界对文明旅游的大力倡导，文明旅游理念日渐深入人心。我们看到，众多景区一条条“长龙”井然有序，景区内随地吐痰、任性刻画、肆意攀爬、随

意停车等不文明现象明显改观，讲文明、守规矩已蔚然成风。然而，仍有一些不太和谐的画面时而出。此次上海迪士尼乐园将不文明游客列入“黑名单”，对于其他景区处理类似事件具有借鉴意义。

对旅游不文明行为就要严厉处罚。旅游景区不是私人空间，旅游中发生的种种不文明现象，源于一些人对法律和公共秩序的挑衅与不尊重。法律法规没有“牙齿”，任性的游客得不到应有惩罚，旅游不文明顽疾就无法根治。公安、文化和旅游以及旅行社、景区等相关部门和企业要加强协作，加大执法力度，对个别游客违法违规进行严惩。相关部门要用好游客不文明行为记录“黑名单”，该曝光的曝光，该惩戒的惩戒，用刚性制度约束，引导游客文明出行。

治理旅游不文明行为非一日之功。相关部门和旅游景区需要多措并举、综合施策，积极做好宣传提示工作，劝导督促游客文明旅游，强化人们的公共意识、规则意识、文明意识，倡导文明旅游新理念、新风尚，持之以恒，久久为功，让文明意识深入人心，让文明出游成为一道亮丽的风景。

要对民宿变相涨价行为加强监管

□ 孔德琪

五一假期临近，旅游市场迎来旺季。然而，近期市场却出现了一些不和谐的声音：邓女士在三月份预订了成都的一家民宿，近期接到民宿工作人员电话，称因装修需要退订，但邓女士后来发现这家民宿的同房源仍在其他平台上出售，房价却涨到了原来的两倍以上。此外，还有一些民宿称因为倒闭、老板换人等原因，不得不取消预订，但游客后来也发现，这些民宿并未停止接待客人，而是以更高的价格继续销售。

随着旅游旺季的到来，酒店供不应求、价格“水涨船高”的现象并不少见。然而，一些民宿为了追求更高的收益，宁愿违反合同规定，认罚支付违约金，也要下达“逐客令”，吃相未免过于难看。

更重要的是，这种行为加剧了旅游市场的不公平现象，进而可能会影响行业的恢复发展。本应是供需双方自由交易的旅游市场，却被一些商家和平台搞成了“强买强卖”。

尽管价格由市场供需关系决定，但是经营者和消费者之间已成交的订单不得随意毁约，这既是常识，也是诚信之道。这种行为侵犯

了消费者的合法权益，消费者有权要求民宿酒店继续履行原来的订单并维持原价。

在此背景下，旅游市场监管和行业自律就显得更为迫切了。首先，政府部门应进一步加强旅游市场监管。加强对旅游从业者的资质认证和监管，建立旅游从业者“黑名单”制度，严惩违法违规行为，同时加强对旅游市场的监测和预警，及时发现和处理违规行为。

其次，旅游行业协会和平台应加强自律，建立更加完善的标准，规范市场秩序，维护行业声誉。比如，协会可以制定行业准则，对违规行为进行约束；加强行业信息共享和监管，提高行业自律能力。而旅游平台则可以加强对对民宿信息的审核和管理，对违规行为进行严肃处理。

最后，消费者应树立自我保护意识，提高风险防范能力。广大游客在预订产品时，应该仔细阅读合同条款，了解退订政策和价格变动规定，保留好交易记录和凭证，及时向相关部门举报违规行为。同时，要选择口碑和信誉好的平台和商家，提高风险识别和防范能力。



五一假期临近，多地市场监督管理部门近日发布消息，对五一假期旅游市场价格实施监管。淄博市发展和改革委员会、淄博市市场监督管理局发布《关于阶段性对宾馆酒店客房哄抬价格行为认定有关问题的通知》，淄博市在五一假期前后对宾馆酒店客房价格实行涨价幅度控制措施，按3月1日-3月31日宾馆酒店各类型客房平均实际成交价格(包含线上、线下所有实际交易结算金额)，上浮超过50%的，按哄抬价格行为予以查处。

视觉中国 供图

美团亮相 2023 武汉文博会

与 15 个省级文旅主管部门共同启动“美好在一起”目的地焕新计划

4月21日至23日，以“美丽中国、美好生活”为主题的第二届中国(武汉)文化旅游博览会(以下简称“文旅博览会”)在武汉举办。

作为科技零售企业代表，美团携旗下到店餐饮、酒店、门票、休闲娱乐、无人机等众多业务板块亮相，呈现美团在生活服务线上线下消费融合的过程中，持续创新消费场景、提升消费体验的理念和成果。会上，美团发布“美好在一起”目的地焕新计划，北京、湖北、江苏等15个省级文化和旅游主管部门与美团共同启动该计划。

五一或将迎“超强复苏”，生活服务消费新业态持续涌现

今年以来，各地消费市场回暖势头明显，生活服务消费活力持续攀升。美团数据显示，截至4月10日，五一期间国内住宿、交通、景点门票等预订量较2019年同期增长约200%，住宿预订潮至少提早了两周。

众多餐饮门店、酒店、民宿、景点等生活服务主体借助美团、大众点评等平台的数字化能力，实现经营在线化、服务标准化以及口碑的稳定积累。消费新业态涌现，服务模式不断创新升级，消费体验持续提高，共同激活

了本异地消费市场，满足人们对美好生活的向往。

此次亮相的“文旅大脑”，正是美团激活生活服务消费的一个切面。“文旅大脑”包括“吃、住、娱、游”4个板块，除体现城市旅游相关消费指数外，还包括餐饮、休闲娱乐等生活服务类消费指数，全面展现当地消费热点、地域分布、预订趋势等信息，便于各地政府和旅游主体了解最新的运营动态和用户反馈，适时调整服务重点，进行决策参考。

以武汉为例，武汉近期夜经济持续升温，“文旅大脑”餐饮消费指数呈现上升趋势。从大餐到小吃，从商业到文化，一张张极具特色的“江湖”名片，不断推动武汉“夜经济”发展。美团数据显示，今年3月以来，武汉市夜间消费(18时至次日6时)整体订单量同比增长45%。其中，夜间到店餐饮订单量同比增长81.9%。

科技与旅游场景的结合，正成为景区创新服务的新增量。2022年10月28日，深圳世界之窗与锦绣中华两大5A级景区开启快闪无人机便利店创新尝试。活动期间，景区内游客足不出园，即可品尝到美味佳肴，并且配送时间仅需5至8分钟，这是国内首条落地景区的无人机配送航线，

由“美团无人机”全程支持。

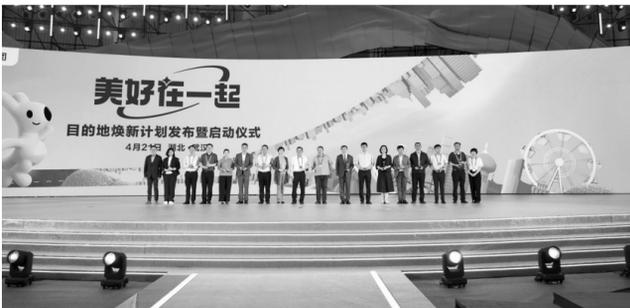
本届文旅博览会上，美团单独辟出“美团无人机展示”，对外展示未来科技和文旅融合的消费新体验——未来在航线开通的景区，游客可以体验到“人在景区玩，外卖天上来”的新奇体验。

品牌馆全新升级，多项文旅服务产品助力目的地消费回暖

中央经济工作会议指出，要把恢复和扩大消费摆在优先位置。2023年《政府工作报告》中提出，推动餐饮、文化、旅游、体育等生活服务消费恢复。多地积极部署，多措并举促进消费提档升级。

4月21日，美团在文旅博览会上正式发布“美好在一起”目的地焕新计划。全新升级目的地品牌馆，推出多元促消费方案、千万流量扶持等多项服务权益，打通“吃住游玩购娱”消费链条，助力目的地生活服务消费整体回暖。

在启动仪式现场，湖北省文化和旅游厅相关负责人表示：“我们与美团有非常好的合作基础，‘极目楚天舒，灵秀湖北’品牌馆有效助力‘引客入鄂’；通过美团发放餐饮及文旅消费券，品类丰富、成效明显。接下来，湖



北还将与美团全面合作开展‘美好在一起’目的地焕新计划，政企携手推进文旅产业高质量发展。”

文化和旅游消费是经济增长的重要引擎。美团政企合作中心总经理路梦西介绍，作为扎根中国的科技零售企业，美团连接了930万家商户和6.78亿消费者。“‘美好在一起’目的地焕新计划，紧密围绕目的地政府的专项工作展开，希望发挥平台的多业态优势和数字化能力，在品牌建设、数据分析、多渠道促消费、立体式营销推广、智慧化文旅服务、公益培训及促进行业发展等方面为目的地提供全面助力，与各地政府携手为本地游客提

供更地道的生活服务，共同激活目的地消费，助力实体经济稳增长。”

以“目的地品牌馆”为例，其前身“美团文旅品牌馆”入选文化和旅游部“2022智慧旅游创新项目”。升级后的“目的地品牌馆”内容更丰富，“当季热门推荐”展现时下消费热点，“文旅消费券专区”提供全国福利优惠，黑珍珠餐厅指南，大众点评必吃榜、必玩榜，休闲娱乐推荐等帮助消费者快速“找店”，依托不同生活场景，提高生活质量与便捷度。全国用户在美团App搜索“美好在一起”关键词，均可以进入目的地品牌馆专题页面，获得“内容种草、预订专题、消

费评论”的一站式便利体验。而相较此前，目的地省市将获得约3倍以上的曝光机会。

近年来，美团先后与全国各地政府合作伙伴，联手打造了近百个政企合作项目。首批120个国家级夜间文化和旅游消费集聚区拥有“线上新名片”；澳门旅游局联合美团推出的“24小时不打烊的澳门美食街”专题，成为游客寻味澳门的“线上导游”。江苏省数字文化和智慧旅游发展中心、南京市文化和旅游局信息中心、美团文旅研究院共建“文旅大数据应用与标准研究实验室”，精准提升旅游目的地服务质量。

在促消费方面，2022年美团承接80余个政府消费券项目，协助各级政府发放了近10亿元电子消费券，精准滴灌餐饮、零售、文旅等需提振消费的行业。

文化和旅游行业的持续健康发展，是构建“双循环”新发展格局的关键举措。中国社会科学院旅游研究中心特约研究员吴若山认为，美团全面打通了“吃住游玩购娱”等多个消费场景，成为连接目的地和游客的重要选择。“美好在一起”目的地焕新计划提供的多项服务，也将成为旅游经济加速复苏的“助推器”。