

时评

创新服务提升品质 激发旅游市场活力

□ 特约评论员 王德刚

“中国旅游日”期间,各地出台系列助企和惠民措施,旨在以此为契机,提振行业信心、激发市场活力,加快促进旅游市场复苏和旅游业繁荣发展。要充分利用好“中国旅游日”主题活动营造的良好氛围,发挥好政策杠杆作用,进一步打造旅游业发展持续向好的环境。

近日,文化和旅游部召开媒体通气会,介绍“中国旅游日”活动和五一假期全国文化和旅游行业复苏等情况。文化和旅游部市场管理司有关负责人介绍,今年,各地围绕“中国旅游日”主题月、主题周、主题日开展丰富活动,推出大量优惠,掀起大众乡村旅游热潮。下一步,将围绕拓展乡村空间、城市空间、数字空间、夜晚空间、国际空间五大消费空间,实施文化产业赋能乡村振兴计划,抓住城市更新机遇创新文旅消费场景,实施文化产业数字化战略,繁荣夜间文化和旅游经济。

在旅游业经历了3年多疫情影响之后,今年举办“中国旅游日”活动具有特殊意义:随着旅游市场快速复苏,旅游企业生产能力逐步恢复,旅游业重现繁荣景象。全国各地举办盛大、隆重的“中国旅游日”主题活动,出台系列助企和惠民措施,旨在以此为契机,提振行业信心、激发市场潜力,加快促进旅游市场复苏和旅游业繁荣发展。因此,要充分利用好“中国旅游日”主题活动营造的良好氛围,发挥好政策杠杆作用,进一步打造旅游业发展持续向好的环境。

首先,要进一步丰富优质旅游供给,满足人民日益增长的美好生活需

要。随着经济社会的发展,人们的消费兴趣、消费特点、消费方式和对旅游产品品质要求都在发生变化,中老年旅游消费者开始由传统的观光旅游向休闲、康养、微度假、旅居转变;以“80后”“90后”“00后”为代表的新消费群体逐步成为旅游消费市场主体,对现代、时尚型的旅游产品、业态和服务模式需求越来越大。这对传统景区、酒店、旅行社产品和服务,对旅游目的地产品类型和产品体系等都形成了巨大的挑战。

其次,不断优化惠民政策,是当前旅游消费市场变化的主要趋势,正倒逼旅游供给侧不断提高产品创新能力。今年“中国旅游日”活动期间,全国各地推出了许多具有创新性的旅游新产品、新业态和新服务模式,具有一定的引领性和示范意义。

再次,不断提升旅游服务品质,为满足人民群众对美好生活需要提供更多优质的服务。随着旅游市场的复苏,旅游企业生产与服务能力也在逐步恢复。服务品质受很多因素的影响,除硬件之外,企业文化、经营理念、管理水平、服务技能等都在不同程度上影响服务品质。今年“中国旅游日”期间,山东省旅游行业协会向全省旅游企业和广大旅游从业人员发出倡议:要做行业高质量发展的引领者、好客服务的践行者、遵纪守法的推动者、行业自律的监督者、协同发展的助力者;甘肃省组织各旅游窗口行业向社会发出承诺,包括《旅行社

诚信经营承诺书》《导游人员业务工作与文明旅游工作“一岗双责”承诺书》等,这实际上是广大旅游从业者精神面貌和职业素养的一次集中展示,是旅游从业者对自己职业操守的庄重承诺。

从另一个角度讲,只有长期执着地坚守,才会有可信赖的品质。因此,广大旅游企业和从业者一定要树立底线意识、标准意识、诚信意识、法律意识,坚守职业道德和职业操守,不断提高管理水平和专业技能,为公众提供有品质、有温度的优质服务。

最后,创新营销模式,不断掀起旅游热潮。多年来,旅游营销模式一直以内容推广为主。今年以来,“淄博烧烤”在全国火爆“出圈”,创造了以内容生产为主的传播式营销的成功案例,即以精彩的内容生产吸引社交媒体传播,将社交媒体的网红“流量”变成目的地的游客“留量”。

内容生产的关键是在现有硬件和生产能力基础上,将活动策划、产品组合与市场营销一体化推进,用内容吸引社交媒体。因此,在旅游市场复苏期,广大目的地和旅游企业不仅要加大营销力度和营销投入,更要创新营销模式,让目的地“出圈”,让产品“蹿火”。

取必要措施,依法承担连带责任。因此,有关部门应加强线上线下监管,严厉查处“幽灵民宿”,并通过个案追溯平台的连带责任,倒逼平台履责。同时,需要公安、工商等部门加大民宿市场整顿,完善准入标准,依法加强规划。

更重要的是,相关平台要承担起主体责任,严格审核商家资质,对酒店和民宿做到一视同仁,确保提供的信息真实、准确,防止不合规商家入驻平台。同时,建立健全投诉和举报机制,加强对民宿商家的日常监管,如果发现商家通过虚假信息误导、欺骗消费者以及存在服务质量和安全问题,立即采取下架房源、封限账号等措施,并向监管部门报告。消费者也应擦亮眼睛,尽量选择正规旅游平台、证照齐全的民宿,避免通过社交工具进行私下交易。

总之,只有各方监管到位、共同努力,才能促进民宿行业乃至整个旅游业持续健康发展。

观察

找准资源禀赋切入点 推进京津冀文旅协同

□ 张晓丽

充分利用京津冀地区雄厚的资源禀赋优势,协同共进,文化和旅游产业就能够成为本区域新的消费增长极,进而成为京津冀高质量发展协同发展的重要“助推器”。

文化和旅游作为融合度高、参与性强、拉动力量大的产业,是实现京津冀高质量发展的重要支点。党的二十大报告提出,“坚持以文塑旅、以旅彰文,推进文化和旅游深度融合。”资源禀赋优势是实现文旅深度融合的重要依托,紧紧抓住资源禀赋优势的主线,是推动京津冀文化和旅游高质量发展的重要切入点。

京津冀文化和旅游融合发展不仅可以撬动交通设施、品牌建设的现代化,吸引人员往来交流的高频率开展,还可以促进三地诸多产业的升级,实现新旧动能的全方位转换。正如有专家指出的那样,“旅游业的转型升级带动百业的转型”。从某种意义上说,高品质旅游已经成为旅游业发展的新趋势,现在人们出游需求旺盛,但是很多地方缺乏的是高品质旅游产品。

因此,充分利用京津冀地区雄厚的资源禀赋优势,协同共进,文化和旅游产业就能够成为本区域新的消费增长极,进而成为京津冀高质量发展协同发展的重要“助推器”。

京津冀地区拥有丰富的文化和旅游资源,是宝贵的财富。连接三地的大运河、长城等已列入世界物质文化遗产名录,北京冬奥会场馆分别在北京、天津、河北三地布局,也才能真正发挥出资源本身的潜在优势。

笔者建议,可以依托运河和长城,通过建设大运河、长城等旅游协同发展区,打造高质量的休闲度假区,吸引来自海内外的客流。同时,充分利用数字技术搭建起完善的旅游信息网络,建设共同的公共服务平台,以实现更加精准的旅游产品供给。特别是随着数字技术的发展,元宇宙已成为颠覆传统旅游业的又一新模式,三地完全可以通过

数字化技术将现有的文化和旅游资源进行多样化转化和多元化开发,使人们随时随地可以看到四季变换,沉浸到可听、可见、可感的文化场景中。

资源的有效利用在不断满足人们对美好生活向往的同时,也能够产生丰厚的经济效益。虽然不同人群对旅游的关注点不同,但通过发挥资源禀赋优势,可以激活各类资源要素,促进商旅、农文旅和工文旅的深度融合。随着经济社会的发展,低水平的供给已无法满足人们日益提高的精神文化需求,只有独特的禀赋资源才能打造出高质量的旅游产品。如,除了运河、长城外,燕山山脉在京津冀三地也各有特色,可以通过深入协同打造一条风情各异的山水景观带,实现魅力京津冀的有机供需对接,从而满足不同人群的旅游需要。

京津冀文化相通,文脉相连。如今,人们外出旅游已超越了以前简单的游览阶段,更加注重旅游目的地文化内涵,所以要在资源利用上下足功夫,充分发挥资源所蕴含文化内涵,统筹推进长城文化、运河文化、燕山文化的挖掘和弘扬。文化是沉淀着独特底蕴的宝贵资源,如,农文旅融合发展,就要求我们能够跳出一隅一业来审视旅游行业的内在规律。

乡村是怀旧的场所,是乡愁的寄托地,这也是一种宝贵资源。乡村旅游作为旅游产业的重要分支,大力发展乡村旅游已成为实施乡村振兴战略的重要抓手。通过挖掘村落的潜在文化价值,让人们从快节奏的城市生活中暂别喧嚣,体验不同于城市的生活,感受乡村片刻的宁静。从某种意义上说,这种宁静的获得感也是乡村资源转化为生产力的最直接体现。

(作者为中共天津市委党校经济法学副教授)

来论

高校向公众有序开放应成为常态

□ 孔德琪

公办高校向社会开放逐渐成为社会共识。随着时间的推移,相信在示范效应下,越来越多的高校会加入开放参观的行列。

高校校园向社会开放成为近期人们关注的话题。在疫情防控政策调整后,大多数公共场所已经恢复正常进出状态,但许多大学校园仍未向社会公众开放,保持着相对严格的入校管理规定。

近期,复旦大学、同济大学、上海交通大学等一些高校开始向社会公众开放,填写访客信息后即可入校参观,给高校恢复开放开了个好头。这一举措受到了社会各界广泛赞誉和支持。

许多高校拥有丰富的历史文化和人文底蕴,这些说到底还是公共资源,应保持开放心态,让公共资源有序向社会开放,建立开放共享的长效机制。上述高校在科学合理评估校园承载力基础上,采取预约入校方式,符合社会对高校的期待,满足了公众合理的参观需求,让人们更好地了解和感受大学的文化、学术和社会责任,促进高校与社会的紧密联系和融合发展。

长期以来,人们对大学实行“闭门治理”的做法提出质疑,最根本的原因是一是大学的建设资金来源于公共财政,很多资源在建设之初就具有公共性质,因此建设成果本应向社会辐射,为大众所共享。倘若在大学校园与社会间建起“高墙”,实际上也降低了资源利用的效率。此外,高校的学术交流、产学研融合、实习调研等活动,都需要与社会保持正常的联系。从这个角度看,社会渴望开放的大学,而大学也需要在开放中拥抱社会。不可否认,对部分高校来说,向社会

开放确实会面临不少压力。例如,如何保障校园安全和秩序,如何维护学术自主权等。但是,这些都不能成为拒绝开放的理由。

针对潜在问题,高校需要结合具体情况,坚持有序开放原则,探索合理开放机制,包括建立健全管理制度和安全保障体系,制定严格的参观流程规定,加强对访客的管理和监督等,促进公共资源共享,更好发挥高校促进城市文化建设的作用。

除了上海部分高校,北京、天津、湖北多所高校也已经宣布向社会公众开放。如北京大学和清华大学定期举办“开放日”,邀请公众前来参观。南开大学通过开放校园,吸引大批社会公众慕名而来;武汉大学则通过开设“大学之夜”活动,让公众有机会了解其教育理念、学术成果和文化底蕴,到大学“寻宝”。

这些实践为更多高校做出了示范和表率:大学作为传递人类文明的精神高地,丰富的资源不能束之高阁,应当承担更广泛的社会责任,合理地开放校园,向公众提供大学的公共设施和资源,这也有助于树立大学形象,传播治学精神,营造包容文化,培养公众对学术的敬畏和崇拜。

随着疫情防控政策优化调整,大学作为社会开放和包容的象征,应在引领社会尽快走向正常化方面担起带头的责任。公办高校向社会开放逐渐成为社会共识。随着时间的推移,相信在示范效应下,越来越多的高校会加入开放参观的行列。

治理“幽灵民宿”需打好监管组合拳

□ 付彪

据报道,近日,有不少网友反映,在北京旅游时遭遇“幽灵民宿”。这些“幽灵民宿”中一部分是借火车站等地标性建筑给出距离几百米的定位,实则位于数十公里外的郊区;另一部分打着“青旅”的旗号,实则位于普通居民小区楼内的群租房,它们在平台上留的地址十分模糊、图片也与实际不符,商家均要求下单后再告知实际地址。为此,有关专家呼吁网络平台应对入驻商家加强审核监管。

今年以来,旅游市场呈现强劲复苏态势。木鸟民宿发布的数据显示,今年五一假期,平台民宿订单达到2019年同期订单的5.17倍。有数据预测,2023年,国内民宿市场规模将突破300亿元大关。

然而,不容忽视的是,假地名、假地址的“幽灵民宿”在线上旅游平台一直存在,有关“民宿成投诉”的报道也时有发生。相关订房平台上无论多么花哨的名字,到了线下多数都变成了“××租房”,消费者花了一个小时才找到真正的地点入住。

“幽灵民宿”不仅误导、欺骗消费者,还存在诸多安全隐患。根据媒体调查,有消费者表示,自己曾在北京住过一家实际地址与标注地址不符的“幽灵民宿”,该民宿自称独立房,实则十几个隔间组成的隔断房;有网友评论表示,自己入住之后才发现一个屋子里起码有7个人在住,自己的床单上还有大片黄渍;有小区居民表示,附近有很多这样的“青旅”,很多人住在一起,都是私人的,很有可

能是不正规的。

对于“幽灵民宿”乱象,平台作为房东和房客沟通与交易的桥梁,必须承担起相应的监管责任。

当前,不少平台对入驻商家的监管失之于宽,仅履行线上审核流程,缺乏线下核查。相较于酒店入驻所需要的商家身份信息、营业执照等详细资料,民宿只需提供房产证或租赁合同,有一两间闲置房间即可上线。日常监管也处于“不告不理”的放任状态,使得很多商家钻规则空子、谋短期效益。

治理“幽灵民宿”,需打好监管组合拳。根据消费者权益保护法、电子商务法、在线旅游经营服务管理暂行规定等法律法规,出现上述现象,民宿经营者或涉嫌欺诈行为,平台未采

声音

“博物馆将在促进可持续发展、赋能美好生活方面扮演越来越重要的角色”

——《人民日报》近日发表题为《发挥博物馆力量 促进可持续发展》的评论指出,今天的博物馆愈加重视自身在促进人民群众健康福祉尤其是提高精神生活品质方面的作用。研究表明,博物馆的文化体验与人们的幸福感和身心健康之间存在联系。特别是当博物馆成为社区文化体系的有机组成部分,服务惠及大多数人时,这种联系尤为明显。这其中,既有“现象级”特展带给观众的审美和愉悦,更有许多充满人文情怀的“小制作”产生的共情和感动。

“所有主播要明白,既然是借着公共场域‘做生意’,那么公共意识就是一种无形的规则”

——针对近期一些地方出现网红主播抢占景区“黄金位置”,普通游客们只能站在其身后插空观看的现象,《北京日报》发表评论指出,网络主播扎堆不仅影响游客体验,也一定程度扰乱了景区的公共秩序。文明终究是管出来的,那些带有公共属性的场所,有责任管好自己的一亩三分地,进行必要的引导与监督。希望相关景区采取切实行动,保障普通消费者、游客的“使用权”“安静权”。

(本版编辑 龚立仁 整理)



提供多语种服务是空乘必须遵守的准则

近日,有网友爆料,搭乘国泰航空航班由成都飞往香港时,听到空乘不间断使用英语、粤语抱怨乘客:“如果不会用英文说毛毯,那你不配拥有它。”随后,国泰航空5月23日郑重道歉,并表示已暂停有关涉事空乘员的飞行任务,即时展开内部调查。对此,《北京商报》发表评论认为,一个在全世界有业务的航空公司把服务搞成这样,对乘客抱有地域性歧视,只能暴露公司发展眼光之低、员工业务素质之差。国泰航空是广大的内地市场受益者,为乘客提供多种语言服务,则是航空服务的惯例和标配,是每个空乘必须遵守的服务准则。

视觉中国 供图