

时评

景区安全“红线”意识还要再强化

□ 谢朝武 章坤

景区应牢牢把握安全生产底线,时刻不能逾越安全“红线”,在安全生产主体责任落实、风险隐患排查整改、高风险旅游项目规范经营、突发事件应急处置以及安全宣传教育等方面狠下功夫,推动景区安全管理工作落实落细、见行见效

今年以来,国内旅游市场持续升温,出游人数迅速攀升,旅游业呈现快速恢复态势。然而,与索道、玻璃栈道、浮桥等高风险项目相关的景区安全事故时有发生,一些景区在安全防范、隐患排查、规范经营、应急救援等方面仍存在诸多不足。

安全是旅游的生命线。景区应牢牢把握安全生产底线,时刻不能逾越安全“红线”,在安全生产主体责任落实、风险隐患排查整改、高风险旅游项目规范经营、突发事件应急处置以及安全宣传教育等方面狠下功夫,推动景区安全管理工作落实落细、见行见效。

一是健全景区安全生产责任体系,落实景区安全生产主体责任。要增强安全生产“红线”意识与安全责任意识,将安全管理工作摆在首位,强化责任担当,压紧压实景区主体责任。

要加大对安全投入,强化对从业人员的安全培训以及应急救援准备工作,设立专门的景区安全管理机构,完善景区安全管理制度,建立健全景区安全生产责任体系。同时,各地旅游部门应高度重视景区安全管理工作,履行属地责任,加强对景区的指

导协调与监督检查,对景区安全工作进行再部署再落实再检查,督促景区落实好安全生产主体责任。

二是加强景区风险隐患排查工作,狠抓关键环节和薄弱环节。我国景区类型多样、风险状况具有复杂性和多样性。景区应根据所属类别以及自身安全风险特点,全方位排查风险隐患,狠抓关键环节与薄弱短板,切实提高安全管理的有效性和针对性。特别是要加大对景区内的缆车、客运索道、玻璃栈道、过山车、游船、浮桥、车辆等游览游乐设施以及漂流、潜水、攀岩、滑翔、蹦极等项目的风险隐患排查力度;建立风险台账,实行“清单式”管理,对存在风险隐患的环节要明确整改期限以及具体责任人,定期开展回头看行动。加大对特种设备、消防设施、防护设施的安全检查与维修工作,完善风险隐患排查与风险管控机制。

三是强化高风险设施设备的规范经营,提高景区安全运营水平。要对本单位高风险性质的设施设备进行分级分类管理,做好设备采购、日常运营、维修保养等全过程安全管理。在设备采购前,应先了解设施设

备的安全性以及可靠性,做好风险评估以及备案登记;严格按照市场监管等部门发布的有关标准、规定等,采购和使用符合安全标准的设施设备。在日常运营过程中,要加大对高风险设施设备操作人员的安全培训力度,确保操作人员持证上岗;做好设施设备运行参数的实时监测与动态管理,及时掌握设备运行状态,确保设施设备安全平稳运行。设施设备应建立定期维护保养机制,对存在安全隐患的设施设备坚决暂停运行并立刻进行整改。

四是落实景区应急值守带班制度,提高突发事件应急处置能力。在旅游高峰期以及节假日期间,景区应严格落实应急值守和领导带班制度,及时向旅行社以及广大游客发布风险警示信息。完善人防、物防、技防等安全管理手段,加大对风险高发区域、风险高发时段以及人员集聚区域的安全检查力度和应急物资投放比例。制定突发事件专项应急预案,完善应急工作机制,明确突发事件应急处置流程,加强工作人员安全培训,强化突发事件应急演练,全面提高突

发事件应急处置能力,确保突发事件发生时能够第一时间发现、第一时间上报、第一时间开展应急处置,最大限度地减少人员伤亡和财产损失。

五是加强旅游安全宣传教育,提升游客安全意识与安全能力。要加强安全宣传以及对游客的安全教育,积极引导游客增强安全防范意识,提升安全防控能力,提醒游客不擅自进入未开发区域以及尚未对公众开放的区域开展旅游活动。在风险高发区域设置醒目的风险警示标志、安全警示牌,加大巡查力度,及时劝阻游客前往高风险区域。对于风险程度较高的旅游项目,应全面告知游客安全风险以及突发状况应对措施,提醒游客做好身体状况评估,谨慎参与。此外,游客在外出旅游时,应主动增强安全意识,及时了解目的地风险状况,自觉遵守景区安全管理规定。

暑期旅游旺季即将到来,台风、强降雨、泥石流等自然灾害也进入多发期。景区要时刻绷紧安全生产弦,切实加强安全保障措施,及时消除安全隐患,为推动行业恢复发展营造良好环境。

景区获得愉悦、满足等积极的心理体验,景区的口碑才会在传播中“更上一层楼”。当景区更有吸引力和竞争力,当游客在景区良好口碑的感召下接踵而至时,商户们自然也有了更多获利的机会。

“帮游客砍价”看似让商家“割肉”,实际上却是让商家有更多、更持久获利的机会。处理好短期收益和长期“红利”的关系,显然需要经营理念上的重塑与更新。只有真正将游客放在心上,热情真诚地对待游客,游客才会“用脚投票”。当商户和游客实现双向奔赴,景区才会有更有声。有声誉就会更有流量,有流量就会更有人气,商户的生意也就会更好。

更进一步说,景区、商户和游客实际上是一个利益共同体,只有在良性互动中才能实现“美美与共”。

当今,旅游越来越成为人民群众美好生活的重要组成部分。如果各地能够像淄博那样尊重和善待游客,让游客乘兴而来、满意而归,景区和商户就会迎来源源不断的客流,也能实现持续健康发展。

● 聚焦东北地区旅游业发展规划

绘就东北地区旅游业高质量发展美好蓝图

□ 乌铁红

重区域协同,开启东北地区旅游业一体化发展新格局;重优质供给,打造优质产品和特色产业集群赋能旅游消费;重优势整合,推进融合发展与品牌塑造

东北地区曾有“共和国长子”之称,在新发展阶段、新发展格局下,为深入贯彻落实习近平总书记关于东北全面振兴的重要讲话和指示批示精神,落实党中央、国务院深化改革创新推动高质量发展的部署要求,作为产业孵化器、推动器的旅游业应充分发挥带动作用,充分释放综合性产业动能。

今年3月,文化和旅游部、国家发展改革委联合印发《东北地区旅游业发展规划》(以下简称《规划》),旨在推动东北地区旅游业转型升级和高质量发展。《规划》绘就了东北地区旅游业高质量发展助力东北振兴的美好蓝图,对推动东北地区旅游业发展具有重要指导意义。

一是重区域协同,开启东北地区旅游业一体化发展新格局。《规划》根据东北地区城市、交通、区域特色,打破行政界限和条块管理壁垒,构建了旅游业“点、线、面”整体发展空间格局,开启东北地区旅游业一体化发展的新格局。

《规划》提出构建“三纵三横”6条旅游通道,打造陆海空互联互通的旅游交通网络,这将极大提升东北地区的可达性,提高游客流动的顺畅性。在“三圈两带”旅游板块中,突出了区域之间在草原、森林、沙漠、边境、海滨等资源特色和优势上的差异;在城市空间优化布局时,全方位考虑节点城市在旅游业中的功能,构建了枢纽城市、集散城市与特色旅游城市层级网络,有利于东北地区三省一区共同构建旅游业开放协同发展区域。

与此同时,《规划》充分考虑可操作性,提出了协同完善旅游公共服务设施、共同推进智慧旅游发展、建设一体化信用体系、强化一体化市场监管、共建安全保障体系5条深化区域协同发展的路径,强化区域旅游一体化发展格局。

二是重优质供给,打造优质产品和特色产业集群赋能旅游消费。《规划》紧紧围绕冰雪、生态、边境等东北地区特色旅游资源,提出世界级冰雪旅游度假地、全国绿色旅游发展引领地、边境旅游改革创新样板地、跨区域旅游一体化发展实践地的发展定位,打造冰雪、森林、滨

海旅游产业三大特色集群,从实施特色旅游提升工程、旅游精品建设工程、城市旅游更新工程,加强优质旅游产品供给。结合营造高品质旅游消费空间、丰富多元消费业态、加大消费惠民力度、积极吸引消费回流4个方面路径构建旅游消费体系。在促进传统消费升级、推进新型旅游消费方面,提出利用新一代信息技术,融入东北历史、民俗、艺术等文化创意元素,培育体验消费、智能消费、网络消费等旅游消费业态。

《规划》有思路、有亮点,从打造优质产品和特色产业集群、构建旅游消费体系等方面赋能旅游消费,努力增强人民群众的幸福感、获得感。

三是重优势整合,推进融合发展与品牌塑造。《规划》构建了“+旅游”融合发展格局,提出坚持以文塑旅、以旅彰文,推进文化和旅游深度融合发展,加强沈阳故宫、盛京三陵、九门口水上长城、元上都遗址和高句丽王城、王陵及贵族墓葬等世界文化遗产的保护与科学利用,打造世界文化遗产旅游品牌。推进工业和旅游融合发展,创新工业旅游资源开发利用模式,建设一批国家工业旅游示范基地,打造东北工业旅游品牌。推进体育与旅游全方位深度融合,打造一批体育旅游精品赛事和特色体育活动品牌。此外,还涉及推进教育、健康和旅游融合发展等谋划。

《规划》对相关产业与旅游业的关系定位精准,基于产业实际推进其他产业与旅游业融合,符合当前旅游业发展趋势。

优质的市场是旅游业可持续发展的生命线。长期以来,东北地区的整体旅游形象并不明晰,对此,《规划》在提出提升东北地区三省一区各自旅游形象的同时,明确根据东北地区的山脉、文脉,充分挖掘优势文化旅游资源的内涵,结合市场需求与产品供给,塑造东北地区“冬夏深度游 度假新东北”整体品牌,并针对多层次市场,运用建立联合营销机制、拓宽旅游营销渠道等措施,进一步增强东北地区旅游国内国际影响力和吸引力。

(作者单位:内蒙古大学历史与旅游文化学院)

来论

以旅游连接市场 让文物活起来

□ 高国春

要以旅游这种大众化方式连接市场,促进文物与旅游深度融合,不断丰富文物产品和服务的供给类型和供给方式,进一步提升吸引力和影响力

据报道,今年“国际博物馆日”,安徽省阜阳市博物馆新馆正式开馆。自2022年11月试运营以来,阜阳市博物馆新馆创新推出了一批具有地域特色的陈列展览,累计接待团体1200多个、接待观众30余万人次。

如今,人们越来越喜欢走进博物馆。相关机构进行的调查显示,从近年来对假日旅游市场的监测结果来看,90%以上的游客会参与各类文化活动,40%的游客会进入文博场所。

文化和旅游是人民美好生活的有机组成部分,文化和旅游需求快速增长,且不断交叉重叠。从需求侧看,人们对旅游的认识已经从“看山看水看风景”,开始走向“观文品史,体验生活”的新阶段。人们在出游过程中越来越注重文化历史体验。

然而,现实之中,不少有文化内涵和教育价值的文物,由于种种原因仍处于“养在深闺人未识”的状态。中华大地上灿若星辰的文物资源,是承载灿烂文明、传承历史文化、维系民族精神的重要载体,让陈列在广阔大地上的文物“活”起来很有必要,也极具现实意义。

文物是重要的旅游资源。要以旅游这种大众化方式连接市场,促进文

物与旅游深度融合,不断丰富文物产品和服务的供给类型和供给方式,进一步提升吸引力和影响力,让文物“活”起来。

其一,推进业态创新。推动文化和旅游融合要策划多业态相结合的主题旅游,把同一个地域内的文化、游览、餐饮、娱乐等结合起来。如阜阳市通过开展阜博大讲堂、元宵奇妙夜、非遗展示与教学等活动,吸引游客进博物馆参观,进而拉动消费增长。

其二,推进技术创新。运用大数据、云计算、人工智能等技术提供可视化互动展示和沉浸式体验项目,以内容生动、形式活泼的呈现方式,增强文物主题旅游的知识性、故事性、趣味性。如2023年初,阜阳市博物馆开通了抖音、B站等官方账号,打造“阜博说节气”特色线上系列活动,点赞量破万,有效引导了人们热爱博物馆、走进博物馆,更广泛地传播了博物馆的价值。

其三,推进传播创新。要让文化遗产穿越时光、融入当下,通过综合运用电视艺术等多元化传播方法,让深藏在博物馆的文物、遥远而不易接近的遗址等更加贴近公众,进而吸引更多游客前来参观。

声音

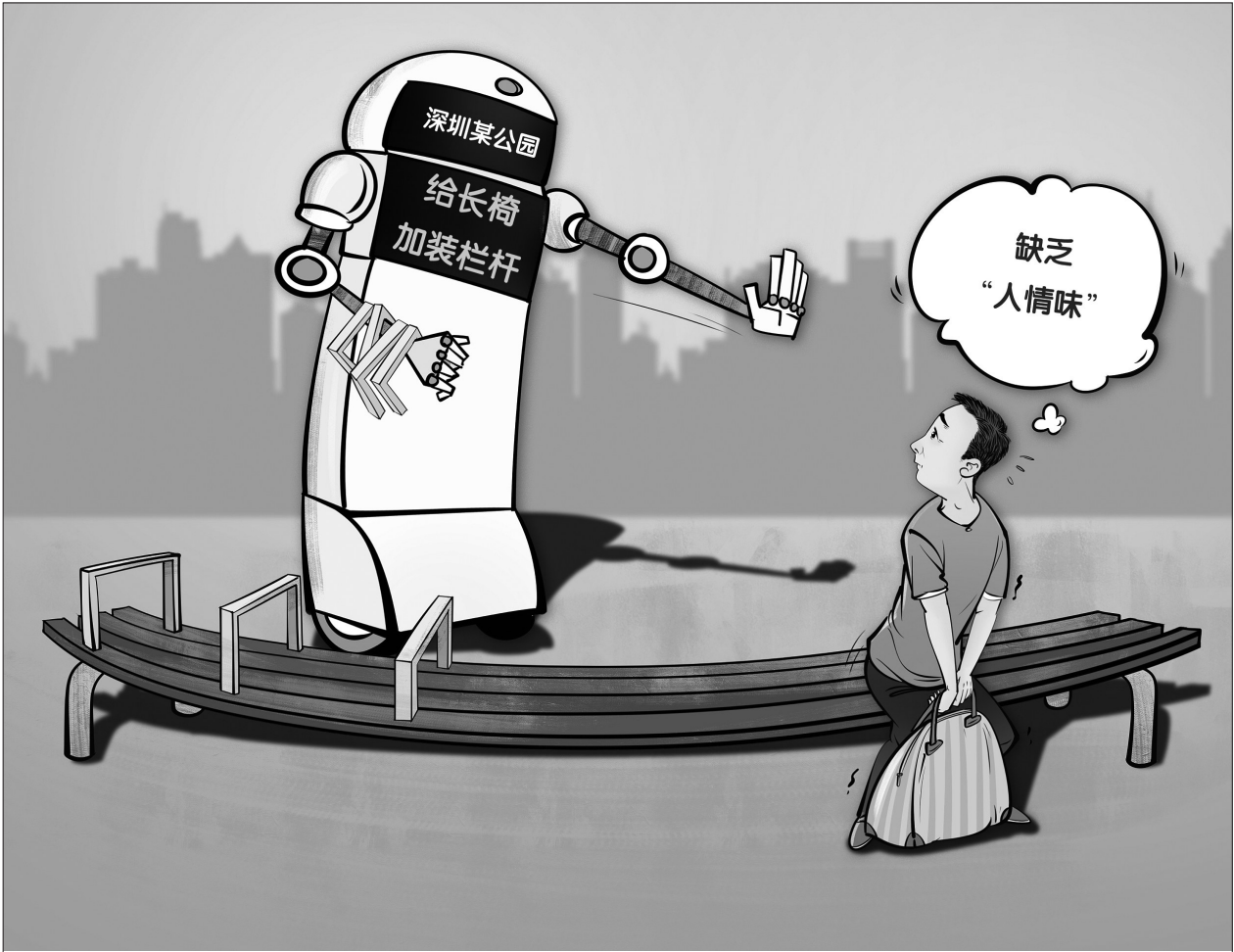
“多措并举、加强创新,才能赋能文旅融合,更好满足不断增长的多元消费需求”

——《人民日报》近日发表题为《融合创新,激发文旅消费潜能》的评论指出,文化和旅游既是拉动内需、繁荣市场、扩大就业的重要内容,也在满足人民日益增长的美好生活需要方面发挥着显著作用。当前,文旅市场加速回暖势头良好。进一步激发市场活力,关键在于加大优质旅游产品供给力度。用好文旅融合这个重要抓手,下大气力推动文化和旅游更广范围、更高水平深度融合,积极培育人们喜闻乐见的新产品,就能给文旅市场带来新气象,为文旅消费注入新动能。要推动旅游演艺、文化遗产旅游、文化主题酒店、特色节庆展会等提质升级。

“对于低价团,游客应理性辨别,谨慎参与,不给‘甩团’制造机会”

——针对近期发生的新疆两家公司旅行社恶意“甩团”,导致数百名游客滞留事件,《羊城晚报》发表评论指出,除了相关部门加强监管和惩罚,游客也应在预防欺客宰客、恶意“甩团”上有所作为。一些游客抵挡不住诱惑,被“全网最低”团费等所吸引,就容易步入圈套。可以说,一些不法旅行社或机构正是利用了游客贪“小便宜”的心理而设置了“不合理低价游”陷阱。

(本版编辑 龚立仁 整理)



公园长椅加装栏杆 城市管理有失温度

近日,深圳某公园为防止市民躺卧而给长椅加装栏杆引发热议,网友吐槽此举缺乏人情味,不符合城市包容开放的形象。在舆论压力之下,园方不得不拆除了栏杆。对此,有评论指出,公园是市民的休闲场所,长椅可供游人小憩,不排除有个人偶尔会在上面躺卧,有碍观瞻。但即便如此,也完全可以通过定时巡查、文字警示等方式进行提醒或劝诫。给公园长椅加装栏杆既不美观,又影响市民休憩,更重要的是这种生硬的方式会让人们感到不适。一座城市的“温度”决定了它的深度、广度和高度,而城市“温度”正是体现在点滴的细节中。

视觉中国 供图