

时评

多措并举缓解博物馆“预约难”

□ 特约评论员 王红彦

尽管博物馆在预约参观方面做了很多努力,但是仍有许多热门场馆或展览“一票难求”。这既反映了广大民众对高品质精神文化产品的旺盛需求,同时也让“黄牛”看到了商机。治理“黄牛倒票”等行为刻不容缓,破解热点博物馆门票预约难题亟须多方合力

近年来,随着文旅深度融合发展,“博物馆游”悄然兴起,越来越多的民众走进博物馆参观游览,感知中华文化的博大精深,感悟中华文明的悠久厚重。每逢周末、节假日和旅游旺季,一些热门博物馆就会“一票难求”。当下正值暑期旅游旺季,广大游客尤其是参加研学游的学生更加青睐“博物馆游”。据媒体报道,近期北京等地一些热门博物馆门票很难预约,甚至出现了“黄牛倒票”等不良现象,引发社会舆论广泛关注。

博物馆具有传承文化、传播文明、资政育人的重要作用,已经成为人民群众文化休闲和研学旅行的重要内容。越来越多的人走进博物馆,探寻文物背后的故事;越来越多的地方更加重视博物馆建设,博物馆数量不断增加。

国家文物局统计数据显示,2021年,全国备案博物馆总数达6183家,5605家博物馆实现免费开放,占比超过90%。根据中国国家博物馆发布的数据,2021年,国家博物馆35岁以下的观众占比超过50%。与此同时,全国博物馆的服务效能不断优化,参观

服务人次稳步提升。

在此背景下,博物馆更加受到游客追捧。尤其是研学游、沉浸式体验游等业态持续火热,为博物馆带来了大量客流。

尽管博物馆在预约参观方面做了很多努力,但是仍有许多热门场馆或展览“一票难求”。这反映了广大民众对高品质精神文化产品的旺盛需求,也让“黄牛”看到了商机,出现了恶意抢票、倒票等违法行为。治理“黄牛倒票”行为刻不容缓,破解热门博物馆门票预约难题亟须多方合力。

一是优化门票预约措施。近年来,“博物馆热”持续升温。全国各大博物馆认真落实“限量、预约、错峰”要求,积极规范在线预约预订、分时段预约参观,努力营造良好的参观环境。在此基础上,博物馆方应平衡好游客需求和人数限制,科学核定最大承载量,合理提升参观人数上限;具备条件的可适当延时开放,细化预约时段,推出夜间参观服务,努力缓解由于客流量大造成的游客拥堵、参观体验差等问题。

二是打击“黄牛倒票”行为。国家

文物局等部门发布的《关于全国博物馆、纪念馆免费开放的通知》,要求中央级文化文物部门归口管理的博物馆(院)全部向社会免费开放,各省级综合博物馆全部向社会免费开放。鼓励有条件的省(区、市)探索全面实行免费开放。博物馆免费开放,体现了博物馆的公益属性,“黄牛”趁机从中收费牟利,损害了博物馆的公益属性和广大民众的切身利益。相关部门应严厉打击此类违法行为,坚决依法惩处,决不给息手软,让“黄牛”没有市场,让博物馆游更加有序。

三是提升技术防范能力。客观而言,一些博物馆从技术上对恶意抢票暂不具备管控能力,这给了“黄牛”乘虚而入的机会。博物馆方应考虑从技术、规则等多方面着手,遏制“黄牛”代抢行为的发生。比如,有业内人士建议,限制同一账号或同一身份证号每月的购票数量,采用智能验证码进行验证等手段。同时,博物馆还需提升自身购票系统的防冲击能力,防止“黄牛”通过外挂软件抢票下单。

四是创新文旅融合形式。事实表

明,供需矛盾失衡是导致热点博物馆门票预约难的一个重要原因。2022年5月,中共中央办公厅、国务院办公厅印发《关于推进实施国家文化数字化战略的意见》,明确提出要充分利用博物馆等文化教育设施,搭建数字化文化体验的线下场景。各地应顺应文旅融合发展趋势,借助现代科技力量,积极推进数字化博物馆建设,推动博物馆发展线上数字化体验产品,提供沉浸式体验、虚拟展厅、高清直播等新型文旅服务,化解线下博物馆预约难问题。

博物馆创新文旅融合形式值得肯定,但创意策划重心要放在为展览内容服务上。今年暑期,上海博物馆等17家博物馆宣布组织开展“博物馆奇妙夜”活动。除了延长开放时间、举办特展及教育活动,博物馆还打造跨界融合文旅新模式和消费新场景等,让观众体验“展览+活动+文创+社交+生活”的综合性“博物馆奇妙夜”。

当然,破解热点博物馆门票预约难题,也离不开公众的积极参与。广大游客要提高警惕,自觉抵制“黄牛”倒票,避免上当受骗。

协同发力确保出境旅游安全

□ 杨劲松

全行业必须牢牢坚持底线思维,保障出境旅游安全,切实增强人民群众的获得感、幸福感、安全感。这就需要以制度建设、组织保障、国际合作和新技术应用进一步防范、预警和遏制出境旅游安全问题的发生

一名中国籍女游客被扣马来西亚吉隆坡国际机场、中国旅游团在法国遇袭、载有20多名中国游客的大巴在泰国侧翻等事件近日引发舆论对出境旅游安全广泛关注。

随着中国出境团队旅游有序恢复,一些海外旅游目的地重现中国游客的身影。截至目前,文化和旅游部已经公布了两批60个中国公民试点出境团队游国家名单,出境旅游成为越来越多中国游客的假日出游选择。

然而,出境旅游安全事件也时有发生,需要有关部门和业界对于当前出境旅游面临的安全环境和风险形势进行理性分析和判断,以确保出境游客安全。

安全是出境旅游发展的基本前提条件。没有安全保障,出境旅游就不可能持续健康发展。2019年,中国出境游客达到1.55亿人次,足迹几乎遍及世界各地。由于中国游客更加注重体验境外目的地的生活方式,喜欢深

度参与旅游目的地富有特色的活动,出境游客面临的环境和形势更为复杂多变。

近年来,出境旅游散客化趋势日益明显,在一定程度上增加了游客安全保障的难度。长期以来,我国旅游管理部门的相关安全措施主要是针对旅行社及团队游客制定的。如2017年修订的《中国公民出国旅游管理办法》第十九条要求,旅游团队在境外遇到特殊困难和安全问题时,领队应当及时向组团社和中国驻所在国家使领馆报告;组团社应当及时向旅游行政部门和公安机关报告。

事实上,无论是当前国际形势的变化,还是出境旅游本身的发展趋势都对出境旅游安全保障提出了新的要求。比如,出境旅游面临的风险跨管理领域、跨目的地、跨行业,呈现出交叉性、综合性等显著特征。

在复杂严峻的出境旅游安全形势下,全行业必须牢牢坚持底线思维,保障出境旅游安全,切实增强人民群

众的获得感、幸福感、安全感。这就需要有关部门和业界对当前面临的出境旅游风险形势和风险特征有深入全面的认识。比如,自由行游客乐于选择共享住宿、共享交通方式,这些都使他们面临的安全环境更加复杂。在这种情况下,不仅要保护游客的个人信息、财产和人身安全,还要关注影响出境旅游安全的突出矛盾和关键要素。这就需要以制度建设、组织保障、国际合作和新技术应用进一步防范、预警和遏制出境旅游安全问题的发生,并形成强有力的危机应对能力,组织开展紧急救援行动,资源动员和配置方面也不能滞后。

首先,要加强部门间的协同。文化和旅游部、外交部和公安部等相关部门应加强协调配合,合力防范和应对出境旅游风险。在完善出境旅游安全协调机制和应急救援机制、优化出境旅游安全风险信息提示警示、加强游客安全防范意识教育、强化领事保护、完善境外旅游商业保

险、构建国际旅游商业紧急救援保障机制等方面通力合作。

其次,要以整体安全环境构建为突破口,深化中国与主要目的地国家的旅游安全合作。建设开放型的旅游安全合作平台,建立灵活有效且可持续的旅游安全预警机制,形成国际认可的旅游安全标准和规范,为出境旅游全过程涉及的旅游设备设施的配置、保养、维护和运营提供可靠依据。

最后,要加大技术应用为出境旅游安全提供技术支撑。强化大数据、人工智能、5G、虚拟现实等技术应用,在安全隐患排查、旅游产品及线路安全评估、合格供应商评估选择、风险防范预警、突发事件处置、从业人员和游客安全教育培训等方面充分发挥作用。与此相适应,未来的出境旅游安全制度建设也要与先进技术发展相适应,在管理工具和评估手段等方面形成更多的创新空间。

(作者单位:中国旅游研究院)

加强信用监管 促进旅游服务质量提升

□ 曾博伟

提升旅游服务质量需要旅游行政管理部门、旅游经营主体和旅游行业组织共同参与,同时也需要找到一个有效的工作载体,将提升旅游服务质量相关方连接起来。旅游信用建设作为旅游治理现代化的重要抓手,在促进旅游服务质量提升方面扮演着非常重要的角色。近日,文化和旅游部发布的《2022年全国旅游市场服务质量提升报告》特别突出了信用在旅游服务质量提升方面的作用。

对旅游行政管理部门而言,随着政府职能的转变,从事前审批向事中事后监管转变是大势所趋。新的形势要求旅游行政管理部门对旅游服务质量既要“管得住”,还要“管得好”。因此,如何用新的监管方式促进旅游服务质量提升就成为政府部门必须要面对的课题。

信用是市场经济发展的重要基石,而信用监管也是市场经济发达国家成熟的监管方式。面对近年来我国旅游市场发展中存在的诸多“沉疴”,旅游行政管理部门很自然地将监管重点瞄准了信用监管,信用监管成为旅游行政管理部门新的监管利器。

对旅游经营主体而言,提升旅游服务质量需要成本,旅游服务质量不能是单方面强调低价优质;从供需两方反映,提升旅游服务质量应该是质量和价格相符。而质价相符的主要呈现方式就是诚信,即旅游经营主体不能欺诈旅游消费者,而是通过向旅游消费者进行信用承诺,同时按照合同和承诺,提供相应的旅游服务来赢得市场。

对旅游行业组织而言,扮演市场主体和政府部门之间的桥梁是其重要职能之一。面对分散庞杂的旅游经营主体,行业组织参与提升旅游服务质量系统工程的一个重要方式就是协助政府、连接企业,通过参与信用评价、信用品牌建设等工作,还可以协助政府开展信用修复,帮助企业进行信用建设辅导等工作,进一步拓展自身工作空间。

近年来,在旅游行政管理部门的推动下,各方积极参与旅游信用体系建设,取得了积极成效。主要体现在以下三个方面:

一是信用建设有关的政策法规体系正在逐步完善,为提高旅游服务质量奠定了坚实的制度基础。文化和旅游部出台了部门规章《文化和旅游市场信用管理规定》,这为全行业信用建设指明了方向。按照文化和旅游部的要求和部署,2022年各地共出台文化和旅游市场信用体系建设配套制度74项,其中,行政规范性文件71项,主要涉及领域为综合信用管理(29项)、信用分级分类监管(15项)、信用评价(10项)、信用承诺(9项)、信用修复(4项)、联合奖惩(2项)、信用激励(1项)、信用品牌培育(1项);地方标准3项,涉及领域为信用评价。

二是信用体系建设主要领域的探索,为提升旅游服务质量提供了更多可能。对旅游行业和旅游目的地而言,旅游信用建设是一个全新事物。因此文化和旅游部采取了通过试点突破形成示范、以点带面的

声音

“只有不断拓展长板、补齐短板,在丰富旅游产品、提升服务质量、加强安全保障等方面多管齐下,才能让暑期旅游朝着个性化、多样化的方向健康发展”

——《人民日报》近日发表题为《推动暑期旅游市场升级提质》的评论指出,年轻人成为消费主力军,他们追求个性化和社交化的旅游体验。这折射出旅游消费观念的转变,也促使旅游市场不断推出独具特色的旅游产品,以多样化服务满足消费者需求。不过,这些新兴业态依然处于探索阶段,也产生了一些亟待解决的问题。具体来说,目前市面上的不少暑期旅游产品缺乏具有可信度的品质评估和监管标准。一些旅游景区和文旅企业过于追求新奇和独特,忽视了游客的实际需求和体验感受。在创新求变的过程中,要把保障游客安全和权益置

工作思路。2022年,文化和旅游部在全国范围内遴选出14个信用建设基础较好、积极性较高的地区结合本地优势和特点,选择不同方向进行探索创新,取得了良好的成效,为以信用建设促进旅游服务质量提升探索出了一条新路。

在提升信用监管效能方面,江苏镇江、浙江宁波奉化积极构建信用评价模型和信用评价监管体系,湖北武汉、广西桂林打造信用承诺工作闭环,甘肃张掖加强信用信息互联互通,进一步提升了信用监管的精准性和有效性。在促进信用交易方面,山东日照积极构建“先游后付”信用消费模式,重庆铜梁通过“信易游”积极拉动旅游市场消费;重庆武隆探索推出信用免票、信用优惠、信用免押等产品和服务;四川乐山峨眉山市倡导“信用畅游、信用消费”,进一步发挥信用在有效衔接供需、降低制度性交易成本方面的基础性作用。

在创新信用应用场景方面,辽宁大连、上海黄浦建立信用品牌培育机制,以信用品牌赋能行业发展;山东威海荣成建立完善支持创新信用应用场景的相关政策和保障机制;广东广州以编制地方标准为切入点,组织评选一批诚信旅行社;青海海西州建立与金融等部门信用信息互联互通机制,带动当地文化和旅游市场各业态加快复苏。上述试点地区的工作成果将为更多地区提供借鉴,推动以信用建设促进旅游服务质量提高的“星火燎原”。

三是信用监管措施的震慑力逐步显现,为提高旅游服务质量守住了底线。2022年,各地依法依规开展失信主体认定与管理工作,全年共认定旅游市场失信主体14个。其中,严重失信主体6个,包括旅行社4家、从业人员2名,均通过文化和旅游部政府门户网站同步公开并实施相应的管理措施;轻微失信主体8个,包括旅行社7家、旅游景区1家,进一步增强了信用监管的震慑力。

此外,文化和旅游部还通过改造升级全国文化和旅游市场信用管理系统,进一步优化了失信认定和管理的流程,提高了便利性。随着信用监管措施的完善,旅游经营主体“不想违规、不能违规、不敢违规”的信用震慑体系正在逐渐形成,这无疑将给旅游服务质量的提升提供重要的信用保障。

未来,文化和旅游行政管理部门还有必要通过加强与发展改革、市场监管等部门的联动,进一步增强旅游信用监管合力,提升信用监管效能。通过完善旅游与相关产业融合领域的信用建设,进一步拓宽旅游信用建设的领域和场景。通过扩大旅游信用建设试点范围,进一步总结和推广经验,让更多旅游目的地了解信用建设、重视信用建设,将信用建设作为提升旅游服务质量的主要方式。通过加强法治建设,推动在旅游法修订中进一步增加信用建设内容,推动有条件的地方先行立法,不断夯实信用建设的法治基础。相信随着信用建设的扎实推进,将进一步促进我国旅游服务质量的持续提升。

(作者单位:北京联合大学旅游学院)

游客在车上睡觉就是不尊重导游吗?

据报道,近日,有女子发视频称,她在云南丽江跟团旅游时在车上睡觉,结果被导游叫醒,对方称她睡觉是不尊重导游。丽江市文化和旅游局通报称,已经开展调查核实处置工作,并表示“一经查实,将依法依规严肃处理”。对此,中青评论微信公众号发表评论指出,游客出来跟团旅游,就是为了放松,不是来“上课”的,在车上打个盹都要被斥责,自然会心生不满。游客投诉也好,在网上曝光也罢,都是在维护自身的权益,其声音应当得到旅游行业的重视。

视觉中国 供图

