

时评

在游览壮美山河中激发爱国热情

□ 王天星

旅游活动是弘扬爱国主义精神、开展爱国主义教育的重要载体。旅游行业要全面贯彻实施爱国主义教育法,在旅游活动中深入挖掘、展示各类旅游资源蕴含的爱国主义元素,保障爱国主义教育常态化,让爱国主义精神在广大旅游者心中牢牢扎根,把爱国热情转化为新时代的奋斗实践

近日,第十四届全国人民代表大会常务委 员会第六次会议通过《中华人民共和国爱国主义教育法》,自2024年1月1日起施行。爱国主义教育法明确 提出,推动红色旅游融合发展示范区建设,发挥红色资源教育功能,传承爱国主义精神。推进文化和旅游深度融合发展,引导公民在游览观光中领略壮美河山,感受悠久历史和灿烂文化,激发爱国热情。

爱国主义是中华民族精神的核心,是中华民族的民族心、民族魂。我国地域辽阔、山河壮丽、旅游资源丰富多样,吸引着众多旅游者前往游览参观。旅游活动是弘扬爱国主义精神、开展爱国主义教育的重要载体。旅游行业要全面贯彻实施爱国主义教育法,在旅游活动中深入挖掘、展示各类旅游资源蕴含的爱国主义元素,保障爱国主义教育常态化,让爱国主义精神在广大旅游者心中牢牢扎根,把爱国热情转化为新时代的奋斗实践。

一是将爱国主义精神融入旅游资源规划和开发工作。我国旅游资源丰富、文化内涵深厚,既有山川河流,也有历史古城;既有古代的石窟,也有始于近现代乃至当代的地标建筑;既有红色遗址、名人故居,也有绿色的森林、草原。如此丰富的资源能够让广大旅游者感受到祖国山河的壮丽、历史的悠久、文明的璀璨,能够激发起人们对伟大祖国的热爱与自豪之情。

由此,做好旅游资源规划和开发工作,要根据不同资源的形态与特点,深入挖掘深藏其中的爱国主义元素,并将其创造性地展现、陈列出来,便于人们在游览、观光中细细品味、感悟,在游览过程中接受爱国主义教育。

二是将爱国主义精神融入旅游经营活动。弘扬爱国主义精神要取得实效,就应当尊重不同领域、不同类型的活动特点。旅游是具有文化特色的活动,也是一种消费活动和经济行为。作为消费活动和经济行为,旅游者外出旅游,付出了一定的时间和费用,目的是放松心情、追求轻松和愉悦,要求旅行中的交通、游览、住宿、餐饮、娱乐等经营活动物有所值、质价相符、安全舒心。

在旅游经营活动中弘扬爱国主义,应当尊重旅游者的要求。旅游演艺活动,要让旅游者感受到轻松愉快;旅游景区的陈列和讲解,要让旅游者在润物细无声中去感悟;旅游购物,要让旅游者放心、安心;在住宿方面,要让旅游者感受到舒适与安全。

总之,就是要通过整个旅游行程,让旅游者在高品位讲解和高品质服务中,在观赏美景、品尝美食中,感悟目的地的文化与历史;在乘坐高铁、选购商品时,感受国家的发展与现代化进程,通过旅途收获的点点滴滴,不断抒发对伟大祖国的热爱之情与自豪之感。

三是将爱国主义精神融入旅游公共服务。面向广大旅游者的旅游目的地人文风情介绍、景区分布、美食名录、购物场所、公共交通时刻、天气预报、灾害预警、交通标识、公共厕所等,属于旅游公共服务范畴。

旅游公共服务的数量、品质不仅关系到旅游者的出行决策、行程体验、游览顺畅、旅游安全,也是弘扬爱国主义精神的载体与平台。

旅游目的地介绍应注重将当地的优秀传统文化、名人故居、红色遗址、现代化建设成就进行科学合理推介,让旅游者感受国家的发展与进步;在自驾车交通指引、高速公路服务区建设、充电桩配置、救援服务等方面,让旅游者感受到国家治理的现代化;在提供救援服务、报警求助、天气预报、灾害预警等服务中,让旅游者感受到国家对民众的关怀与关爱。

总之,为广大游客提供公共服务,就是要让旅游者在旅游途中感受到便利与安全,进而激发旅游者去更远和更多的地方,去探索,去体验,去感受。

四是将爱国主义精神融入文明旅游引导工作。爱国主义不仅包括为国家现代化建设、实现中华民族伟大复兴作出积极贡献,也包括在日常旅游特别是境外旅游时做到文明出游,用自己良好的言行、文明的举止维护国家的良好形象,用实际行动弘扬爱国主义精神、提升爱国主义教育

的实效。

为此,旅行社不仅要在游客出行前、旅途中做好文明出游提示,就旅游目的地的风俗习惯、宗教信仰、日常禁忌等做好说明和介绍,导游、领队等旅游从业人员也要以身作则,做好服务,用自己良好的职业素养,赢得旅游者的认同与信任,赢得旅游者的配合与支持;旅游景区经营者应在景区入口做好文明出游提示,合理规划停车场,科学配置旅游厕所的数量与位置,配备充足的垃圾收集设施,对个别游客的不文明行为及时提醒与规劝;旅游住宿服务经营者也应在前台设置文明住宿提示,对大声喧哗、滋扰其他入住的旅客及时予以劝告,制止其行为。

通过上述引导,让中华优秀 的礼仪传统成为旅游者的习惯,让悠久的礼仪文明成为人们的行为自觉,让旅途中培育的文明习惯延伸到日常生活之中,让旅途中的爱国主义教育取得更大成效。

爱国主义是把中华民族坚强团结在一起的精神力量。旅游行业要以爱国主义教育法制定和施行为契机,充分发挥旅游活动在弘扬爱国主义精神方面的重要作用,将爱国主义教育全面融入旅游活动,激励和动员民众踔厉奋发、勇毅前行,为全面建设社会主义现代化国家、全面推进中华民族伟大复兴贡献力量。

(作者为北京第二外国语学院文化和旅游政策法规中心副主任)

□ 宋洋洋

●贯彻落实《若干措施》推动旅游业高质量发展 顶层设计与微观战术同频 着力完善旅游消费政策措施

为深入贯彻落实习近平总书记关于文化和旅游工作的重要指示批示和中央政治局会议精神,国务院办公厅近期印发《关于释放旅游消费潜力推动旅游业高质量发展的若干措施》(以下简称《若干措施》)。《若干措施》从加大优质旅游产品和服务供给、激发旅游消费需求、加强入境旅游工作、提升行业综合能力、保障措施5个方面提出30条工作措施,对于更好满足人民日益增长的美好生活需要、发挥旅游业对经济发展的带动作用具有重要意义。

作为30条工作措施的重要组成部分,完善消费惠民政策需要依托培养消费习惯、提振假日经济、联动多元主体等方式,通过更好满足用户终端需求带动产品有效供给,进一步促进消费回补并释放消费潜力。这不仅可以有效扩大国内需求、充分发挥消费拉动经济增长的基础性作用,还可以改善居民生活品质,回应群众需求呼声,真正实现惠及民生。

笔者认为,进一步激活消费潜力既需要顶层设计护航,也需要微观战术升级,推动旅游消费聚合、增效和创新。

顶层设计需要关注以下几方面:一是培养消费习惯,聚点成面,释放潜能。《若干措施》提出,开展全国文化和旅游消费促进活动。文旅消费促进活动是各地区和各消费支持机构进行沟通合作的重要平台渠道,在全国范围内开展消费促进活动,可以有效推动各地充分了解本地区在消费方面的薄弱环节和消费特色,进行具体问题具体分析,推出一系列真正贴合本地区居民日常消费习惯和需求的惠民措施,确保各地区的文旅消费实现“聚点成面”效应,有效释放消费潜能。

二是聚焦假日经济,需求倒逼,提质增效。今年以来,国内旅游市场持续升温回暖,在国民经济复苏向好的发展态势下,居民旅游消费意愿快速上升,以暑期、假期等为代表的假日旅游已成为满足大众精神文化需求的重要途径,成为经济发展的主要推动力。

随着人民群众对精神享受类文化消费需求的不断攀升,旅游消费的关注点已由“有没有”向“好不好”转变,个性化、品质化和碎片化消费需求特征日益显著,居民消费需求的变化倒逼假日经济的提质升级。然而,节假日高频出行不可避免地带来交通拥堵、食宿价格上升、服务质量下降等问题,直接影响着居民节假日的消费意愿。因此,旅游景区开展预约限流、联票优惠、智慧旅游等措施,不仅能够有效提升节假日期间居民的旅游体验,更能够满足居民的精神文化诉求,进一步强化假日经济的拉动作用。

三是联动多元主体,链接供需,创新消费热点。《若干措施》提出,联动文化和旅游企业、金融机构、电商平台、新媒体平台等举办形式多样的消费促进活动。文旅消费链接着供给端和需求端,需要多元主体的共同参与。文旅企业可以针对用户需求提供形式多样的文旅产品和服务,有效扩大文旅消费领域;金融机构的介入能够为消费潜力的释放提供金融渠道,通过消费免息和信用优惠等措施,提供更加精准、便利的金融服务;电商平台能够构建线上线下一体化的文旅消费新模式,实现线上流量

和线下客流的互补和转换,拓展消费新场景;新媒体平台以强社交性、高分享性的特征加速旅游消费在社交圈层中的宣传推广,为产品和消费者实现更加精准的匹配。在多元主体共同努力下,创新强、有特色的高质量文旅产品及服务将为消费群体提供新的消费热点,为进一步释放消费潜力提供更多可能性。

微观战术升级需要在以下方面着力:

消费时间升级——保障基础休闲时间及权益,完善带薪休假制度。工作时间的增加和休闲时间的不足已成为制约居民释放文旅消费需求的重要因素。应通过切实保障居民休闲时长、落实带薪休假制度、鼓励错峰休假、实行弹性作息等措施,为居民提供充足的休闲时间,巩固文旅经济的消费时间基础,有效保障消费者的休闲权益。

普惠金融升级——完善消费金融产品及服务体系,满足多元消费需求。一方面,金融机构提供的消费金融服务多集中于个人贷款、信用卡等传统服务领域,产品规模多样性不足,难以满足各类消费主体需求,且服务群体多为城市居民,服务对象覆盖面较为狭小。另一方面,传统量入为出的消费习惯制约着旅游消费金融进一步发展,居民仍未形成超前消费的习惯和理念。在此前提下,金融机构应在风险可控的前提下,推出更有针对性、操作便利且覆盖面广的消费金融产品,并开展一系列减费让利活动,进一步增强消费金融产品体系和居民实际文旅消费需求的契合度。

消费权益升级——关注边缘性特殊群体,兜底消费权益平等。当前,电子支付、网络订票等数字化消费手段逐渐成为旅游消费的重要形式。其中,“互联网+智能终端”已成为旅游消费环节中重要的基础设施。然而,未成年人、老年人、残疾人和低收入人群等特殊群体仍然在智能终端操作及互联网信息甄别等方面存在困难,难以完成电子消费流程,实现消费闭环。因此,消费惠民政策还应积极关注并保障特殊群体的消费权益,强化针对特殊群体的保护和引导力度,确保所有消费者都能够数字化、智能化旅游消费,让消费者享有平等的消费权益。

专项补贴升级——优化消费专项补贴,范围力度双管齐下。一方面,应扩大对居民文旅消费补贴范围,除了针对常态旅游产品和景区的补贴,还应考虑新增乡村旅游、红色旅游、生态旅游等旅游产品的补贴项目;另一方面,适当加大旅游消费补贴力度,按照各地区财政实力,根据市场调查确定最佳补贴额度,实现最大化促进旅游消费。

常态机制升级——常态化延伸消费惠民,提升平日经济活跃度。坚持并完善消费惠民政策的常态化运行机制。为确保消费政策的有效性和长期性,激活消费者平日的消费热情。一方面,应定期对旅游消费市场进行评估和调整,掌握市场消费最新动态;另一方面,应结合各阶段消费动态,建立长效消费惠民政策机制,并采取延长消费券有效期等方式,健全常态化促进消费的市场机制。

(作者为中国人民大学创意产业技术研究院副院长、文化品牌评测技术文化和旅游部重点实验室副主任)

来论

做好客流管控要在精准上下功夫

□ 房清江

景区做好预约与限流管理,首先要从根本上提升旅游经营者的服务意识,即强化信息指引、品质保证的义务,在操作上更好体现精细化

近日,位于四川省巴中市南江县的米仓山景区因超负荷接待游客,导致大量游客夜间滞留山上挨饿受冻的消息引发舆论广泛关注。据当地文化和旅游管理部门以及米仓山景区公布的信息显示,截至目前,此次游客滞留事件已得到妥善解决。

今年以来,我国旅游市场加快复苏,发展势头强劲,一些热门景区出现“人从众”景象,在旅游旺季和节假日更是明显。这就需要景区做好客流

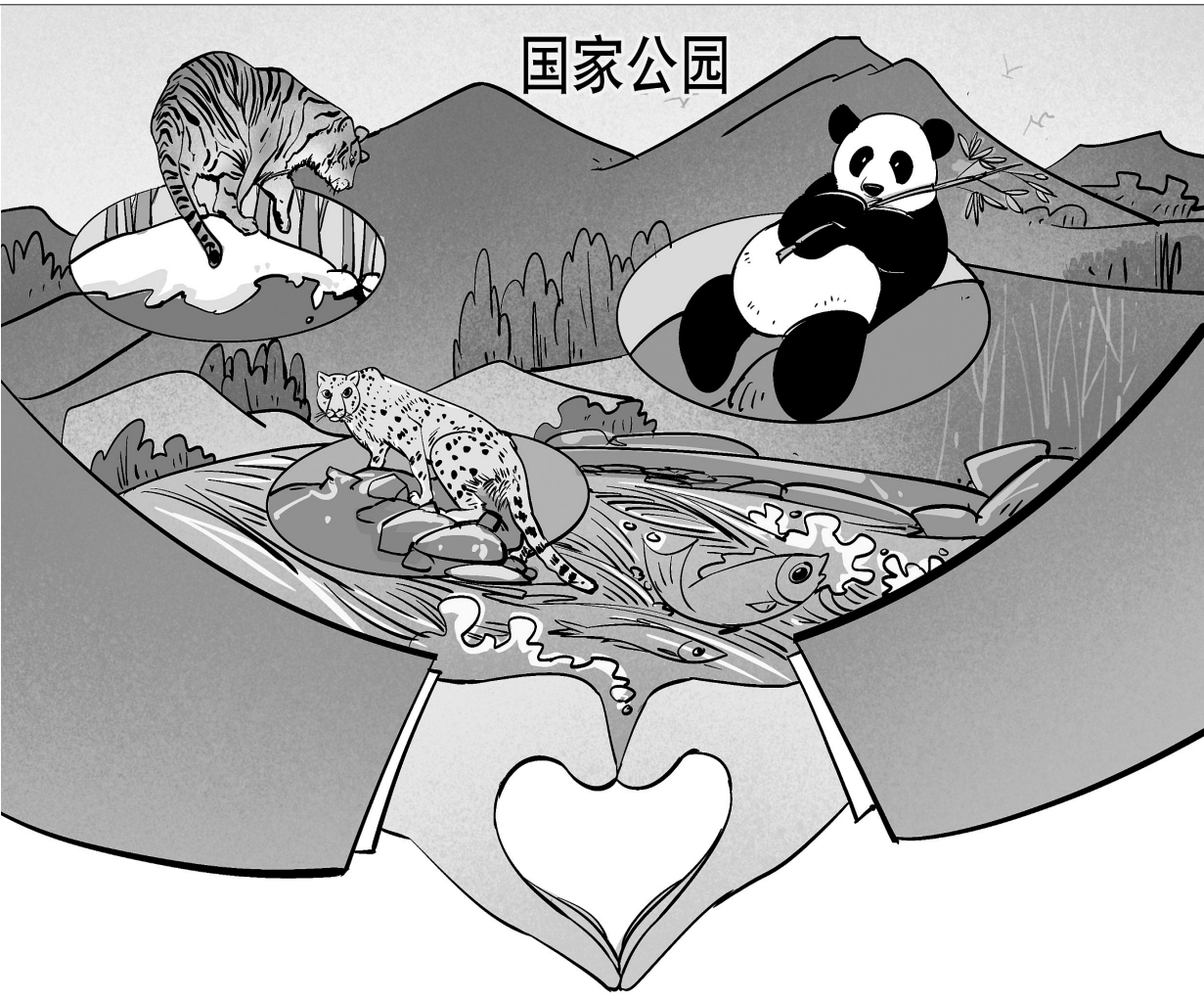
管控,在精准上下功夫。

显然,如果上述所涉景区能够做好线上预约与限流服务,可能就不会出现超出景区最大承载量的情况了。超负荷接待游客加剧了景区通行的拥堵,增加了景区运营的压力。如此,既影响了景区运营服务的效率,也严重破坏了游客的体验。

预约服务是景区精确控流的主要手段,可以大幅降低其管理成本,提升人们的出游体验,还能够最大限度

规避游客出游与景区服务中的诸多不确定性因素。从这个角度来说,预约与限流应当成为景区做好客流管控的标配。

不过,景区实行预约调控客流,并非单纯体现在服务管理手段上,还要考虑利益取舍。景区开门迎客,总希望游客越多越好。因此,在具体操作中,不少景区习惯于将门票销售量最大化,一旦稍失精准,就可能发生控流的偏差。此次米仓山景区尽管有限



乐享优质生态产品 拓宽增收致富渠道

国家公园是生态文明和美丽中国建设的重大制度创新。我国自2021年10月设立首批国家公园以来,国家公园建设取得了显著成效。国家公园不仅是珍稀物种的“世外桃源”,也是民众可以享受的最美、最优质的生态产品。为了让牧民分享生态红利,近年来,位于三江源国家公园澜沧江园区的青海省玉树藏族自治州杂多县昂赛乡探索“特许经营”体制,培训当地牧民担任自然体验向导,带领自然体验者在昂赛乡境内观察、拍摄雪豹等珍稀野生动物,拓宽增收致富渠道。

视觉中国 供图

声音

“景区的打造需要投入,需要提供更好的设施和管理,但未必就是关起门来收费,建设一个独特的开放式景区也未尝不可”

——近期,广西天等县的剑龙山火了。由于剑龙山属于野生景点,安全隐患、生态保护等问题随之而来。对此,“红星评论”微信公众号发表评论指出,野生景点是大自然馈赠的一笔潜在财富,让这笔财富继续沉睡并不明智。地方政府追求的不该是商业利益最大化,而是公共利益最大化。就此而言,把野生景点作为地方品牌IP来打造,是一个趋向公共利益最大化的选择。剑龙山的核心特征和优势,在于它的险峻和壮丽,给人一种挑战自我、征服自然、超越极限的感觉。

这也许可以打造一个适合年轻人、户外爱好者、探险者等群体的旅游品牌。

“对于高刺激高风险的游乐项目,园区必须保证项目的绝对安全,否则就是在拿别人的生命开玩笑”

——针对深圳欢乐谷过山车“雪域雄鹰”项目事故,《北京日报》客户端发表评论指出,过山车追尾造成游客受伤令人痛心,从源头避免事故发生是关键所在。深圳欢乐谷应该深刻认识到安全问题的极端重要性,进一步加强技术保障和质量检测。过山车和其他一切项目,都必须首先要过安全关,连这一关都过不了,说得再保险都不值得游客冒险。

(本版编辑 龚立仁 整理)