

时评

强化红线意识底线思维 保障旅游市场平稳有序

□ 谢朝武 章坤

各地要强化安全生产红线意识和底线思维,在安全生产责任体系建设、风险隐患排查整治、行业安全生产指导、人员安全培训以及游客安全宣传教育等方面发力,保障岁末年初旅游市场平稳有序运行

文化和旅游部近日发出通知,要求全行业认真贯彻落实习近平总书记重要指示精神,深刻吸取山西省吕梁市永聚煤矿火灾事故教训,做好岁末年初文化和旅游行业安全生产工作。

近期,多地气温不断下降,降雪频次增多,持续升温的冬季旅游市场面临复杂风险,给旅游行业安全生产工作带来严峻挑战。其中,节假日游客集中出游导致旅游目的地接待压力大;冬季旅游市场体育赛事项目较多,活动安全风险隐患大;寒潮、冰雪等自然灾害对旅游业影响较大;冬季道路交通环境复杂,交通事故风险较高;文化娱乐等室内场所的火灾防控形势严峻。因此,保障旅游市场安全平稳有序运行,是岁末年初旅游行业安全生产面临的重要任务。

一是健全安全生产责任体系,落实属地责任和主体责任。安全是旅游业发展的生命线,各地应强化责任意识和底线思维,严格落实安全生产规章制度,健全安全生产管理责任体系,加强对旅游市场秩序的整治工作。全面分析和研判岁末年初安全风险形势,坚持问题导向,加大安全投入,强化安全生产的目标绩效考核。加强对旅游行业的安全生产指导,推动安全生产诚信体系建设,督促企业严格落实安全生产主体责任,坚决遏

制和防范特大安全事故发生。

二是加强风险隐患排查整治,聚焦薄弱环节和关键领域。旅游行政管理部门要牢固树立“隐患就是事故”的安全生产理念,会同应急、消防、公安、体育、卫生等部门开展年终安全大排查,各地应强化隐患排查整治行动。特别是要聚焦旅游行业安全生产的薄弱环节和关键领域,加大对特种设备安全、高风险旅游项目安全、消防安全、节事活动安全、体育赛事安全、旅游包车安全、公共卫生安全、自然灾害安全、房屋安全等风险隐患的排查与整治。对排查出的风险要建档立册,形成整改台账,确定整改日期和具体责任人,落实问题整改销号制度,对拒不整改或整改不到位的应及时报送相关部门进行依法处置。

三是加强行业安全生产指导,做好分类指导和精准施策。指导旅游景区完善应急预案,做好岁末年初大风寒潮、雨雪冰冻等突发灾害性天气的防范工作;加强对游客流量的动态监测预警,做好瞬时客流量的安全管理,及时做好游客分流与引流;针对运营大型旅游设施以及索道等特种设备设施旅游景区,要确保操作人员持证上岗,定期开展设施设备安全检查。指导星级酒店和等级民宿严格落实食品安全管理制度,及时开展房

屋安全的自检自纠。指导旅行社做好旅游线路风险评估、旅游包车运营资质审查,督促旅行社选择符合条件、有资质的车辆和司机。

四是加强突发事件预案建设,提高应急响应和处置能力。加强岁末年初灾害性天气、人员拥堵集聚等突发事件专项应急预案建设,细化应急预案、监测预警、应急响应、处置救援、后期保障等关键程序环节,提高突发事件应对能力和反应能力。定期组织开展应急预案演练,增强应急预案的操作性,提升部门协同能力和统筹协调能力,打造协调联动、统一指挥、处置快速、运转高效的应急救援体系。加强应急值守和领导带班制度,严格落实信息报送制度,在重要节假日和旅游高峰期做好24小时值守工作,做到及时发现风险、及时报送信息、及时处置事故。

五是强化从业人员安全培训,提升安全技能和操作规范。从从业人员安全技能和操作规范是旅游行业安全生产的重要基础。各地应加强对从业人员的培训,从培训内容、培训人员、培训方式、培训考核等方面扎实推进安全培训的有效性。其中,安全培训人员应覆盖旅游部门主要负责人、企业主要负责人和安全管理人

员,构建包括安全法律法规、事故隐患排查、安全风险管控、应急救援实操、事故调查分析、网络舆情处置等在内安全培训内容体系,加强新技术、新知识在旅游行业安全生产中的应用。

六是加强游客安全宣传教育,增强安全意识和责任意识。冬季风险程度较高的景区景点应设置风险警示标志和安全标识牌,强化人防、物防和技防,督促游客增强安全防范意识和责任意识。利用宣传手册、景区LED屏、广播等方式积极引导游客文明旅游。同时,冬季旅游项目风险程度普遍较高,相关旅游景区应及时告知游客安全风险,提醒游客做好风险评估,谨慎参与高风险项目。此外,目的地应加强风险信息分类管理,加强风险源监测与预警,利用微博、微信公众号等新媒体平台,及时发布健康提示、空气指数、气象灾害等旅游提示信息,积极引导游客规避旅游安全风险。

总之,各地应高度重视旅游行业安全生产工作,强化安全生产红线意识和底线思维,在安全生产责任体系建设、风险隐患排查整治、行业安全生产指导、人员安全培训以及游客安全宣传教育等方面发力,保障岁末年初旅游市场平稳有序运行,为广大游客营造安全、舒适的旅游环境。

“先行赔付”营造诚信旅游环境

□ 潘铎印

据报道,近日举行的海南省“放心消费·阳光海南”专场新闻发布会宣布,海南省已经实现旅游消费投诉“先行赔付”全覆盖。目前“海南放心游”平台诚信商户达到10万多家,涉及“吃住行游购娱”等各领域。

旅游“先行赔付”就是游客与当地旅行社、宾馆酒店(民宿)以及景区景点内餐饮店、购物商店等,在合同、价格方面发生消费纠纷时,可以通过第三方平台申请先行赔付受理、认定、赔付、偿还的一种维权机制。

旅游“先行赔付”打开了消费理赔

的快速通道,游客一旦遭遇消费欺诈、消费“刺客”等消费纠纷,即可申请快速赔付。

今年以来,随着国内旅游市场加快复苏,不合理低价游、导游辱骂游客、强迫购物等违法违规行为在一些地方时有发生。一些游客在景区遭遇强迫购物、价格欺诈等现象,严重影响了人们的出游体验。

旅游“先行赔付”,展示了地方政府创新旅游服务模式的行为,体现了加强旅游市场治理的决心,彰显了维护广大旅游消费者权益的诚意和“游

客至上”的态度。

今年8月,海南在全省各市县(除三沙市外)全面上线旅游消费投诉“先行赔付”。旅游“先行赔付”的出台,让旅游消费者吃下了“定心丸”,减少了消费投诉和体验不佳的烦恼,有效保障了消费者合法权益,并为有关部门处理旅游消费纠纷争取了时间。

净化旅游环境,关键是要防治在先、综合治理,做到防患于未然,从根本上规范旅游秩序、营造诚信旅游环境,擦亮文明旅游招牌,重树消费者

的信心。各地要加大旅游市场监管力度,加大对旅游违法违规行为打击力度,严厉打击旅行社强迫购物、强制消费等行为,以维护旅游市场秩序,为游客营造好放心、安心、舒心的出行环境。

要创新管理方式,因地制宜采用行政监管、行业自律、游客教育等手段,加强旅游市场秩序治理,提升监管效率,引导旅游企业、商家、机构诚信经营,维护游客的合法权益。

优化出行体验,有效提升游客对旅游市场的信任度,促进旅游市场健康发展。要坚持监管与引导并重,提高旅游市场监管的科学性和精准性,全过程规范旅游市场经营行为,打造“不敢失信、不能失信、不想失信”的旅游市场信用环境,进而不断激发旅游市场活力。

捡垃圾的行为也是践行文明旅游的行动。旅游法规定,旅游者在旅游活动中应当遵守社会公共秩序和社会公德,尊重当地的风俗习惯、文化传统和宗教信仰,爱护旅游资源,保护生态环境,遵守旅游文明行为规范。“环保特种兵”展现的是游客的文明素质,对其他游客也会产生潜移默化的影响。

景区需要有“捡垃圾换奖品”这样的激励活动,也希望有更多年轻人加入“环保特种兵”队伍。因为年轻“环保特种兵”所传递出的是文明旅游的正能量。“环保特种兵”越多,景区乱扔垃圾的现象就会越少,文明旅游和环境保护理念也会更加深入人心。

“环保特种兵”传递文明旅游正能量

□ 徐刚

近日,一名游客“背着三大袋塑料瓶下山”的视频引发网友广泛热议。据报道,江西武功山景区6年前推出了“绿色旅行”奖励机制,吸引不少年轻游客加入“环保特种兵”队伍,并将录制的视频发布到网络上。

边旅游边捡垃圾,还可以换取奖牌、矿泉水、门票等奖励,国内不少景区也有类似的活动。如今,因为年轻人的加入和网络的力量,“环保特种兵”成为旅游新时尚。

从“特种兵式旅游”到“环保特种兵”,年轻游客群体为文明旅游带来了新气象。

长期以来,乱丢垃圾一直是困扰景区的棘手问题。这些垃圾不仅会影响景区的卫生环境,也对景区的自然环境造成破坏。为清理垃圾,景区需要投入大量的人力和物力。尤其是一些地势险要的景区,工作人员要冒着生命危险去捡拾垃圾。“环保特种兵”的加入,在减轻景区垃圾清扫

压力的同时,还实现了游客与景区之间的良性互动。无论是对游客,还是对景区,“捡垃圾换奖品”活动可谓意义非凡。

环境保护法规定,一切单位和个人都有保护环境的义务。公民应当增强环境保护意识,采取低碳、节俭的生活方式,自觉履行环境保护义务。从这个意义上讲,“环保特种兵”实际上就是游客自觉履行环境保护义务的行为。同时,“环保特种兵”

●贯彻落实《若干措施》推动旅游业高质量发展

改善旅游消费环境 促进消费潜力释放

□ 历新建 霍蕙苓

国务院办公厅近期印发的《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》)从5个方面提出了30条措施。在激发旅游消费需求方面,《若干措施》提出,改善旅游消费环境。

促进旅游消费工作要用“民之所盼,政之所向;民之所愿,政之所行;民之所望,政之所为”的理念解决制约旅游消费问题,也要用场景化、融合化、空间性思维最大程度地引导供给侧结构性改革、丰富适销对路的产品供给,发挥旧资源的新能量、旧空间的新价值。

一是要通过改善旅游消费环境解决可知性问题。《若干措施》提出,创新开展“旅游中国·美好生活”国内旅游宣传推广。旅游日益成为人们美好生活的重要内容,然而并不是每个潜在旅游者都能够及时获得所需要的旅游信息。只有持续不断地创新旅游宣传推广方式,摆脱传统的旅游推介会、说明会等单一路径依赖,用人们“乐于接受的方式、易于理解的语言”,加强宣传推广的针对性、专业性、创造性,才能真正提升宣传推广的效能,在潜在旅游群体中起到“一石激起千层浪”的效果。

在《若干措施》“国内旅游宣传推广优秀案例”评选活动中脱颖而出的“十佳案例”“优秀案例”在创新宣传方式、拓宽传播渠道、丰富推介内容等方面提供了很好的借鉴,值得大力推广。

二是要通过改善旅游消费环境解决可及性问题。一方面,要解决交通服务可及性问题,保证旅游者能够从客源地方便、高效地抵达目的地。另一方面,要解决旅游者在旅游消费过程中可及性问题,即用场景思维改善旅游消费空间的功能,以产业融合、空间融合、服务融合等思路,在游客需要的地方、需要的时间提供所需要的产品与服务。

《若干措施》提出,“支持文化体育场所增强旅游休闲功能,合理设置旅游咨询区、餐饮区、文创产品销售区等旅游接待设施”,“利用城市公园、草坪广场等开放空间打造创意市集、露营休闲区”。这些是呼应人们在特定旅游消费空间中的旅游休闲诉求的各项举措。前者是用融合思维来满足人们的消费选择,后者则是用空间思维来丰富人们的消费场景。后者不仅可以提升旅游消费场景,丰富城市公园、工业园区、大型广场等空间的新玩法,带动空间内容生产与迭代创新,增强空间对接时尚需求能力,更重要的是,可以有效提升传统休闲空间的自生能力,激活城市公园、草坪广场等的空间价值,降低对地方财政的依赖性。

三是要通过改善旅游消费环境解决可看性问题。任何产品和服务有效创新的前提就是能够激发人们的旅游消费兴趣。在竞争日益激烈的市场中,无趣的产品不可能有未来。而打造有趣的产品、有意思的体验离不开科技赋能。《若干措施》提出“推动利用数字技术改造提升传统旅游消费场所,打造智慧旅游、沉浸式体验新空间”,正是呼应时代发展和市场需求的重要指引。

一方面,越是古老的、传统的就越是年代感,与当前的消费认知和偏好就越是有距离感。因此,如何让古老的文化转变为时尚的消费是一个无法回避的问题。对此,现代科技可以在呈现方式、氛围营造等方面形成有效赋能。无论是虚拟再现,还是声光电技术,“旅游让文化‘被看见’,文化让旅游‘被记住’”,都使得人们可以用今天熟悉的方式去触摸历史陌生的过去,建立传统与时尚的连接,推进文旅深度融合,完成从“有意思”到“有意义”的转化。

另一方面,数字技术对旅游消费环境的激活不仅仅局限于沉浸式体验空间的打造,更在于通过创造性转化、创新性发展推动文化发展。数字技术可以助力文化传播,为建设中华民族现代文明提供强大的创造力。这是我国旅游现代化发展进程中更为重要的文化和旅游消费的新环境。

在未来的实际工作中,对于旅游消费环境的改善可以重点关注以下几点:

一是对于沉浸式体验空间的打造,不仅要关注沉浸形式的创新,更应该注重沉浸内容的挖掘。如果在消费环境打造过程中,过于关注形式而忽略了内容,那么旅游消费环境的改善带给人们的将只是停留在肉体和感官上,而没法转化为灵魂的触动。

“多巴胺消费”是当下的市场所需要的,但旅游消费的意义不应止于多巴胺带来的情绪之乐,更应该是消费后的“有所感、有所思、有所得”。同时,也要避免沉浸式体验空间打造过程中过于倚重视觉空间变化的问题。观和演的边界融合有助于带动人们进入新的演艺空间,但客观上也容易造成观看视角的“窄化”“近视化”,从而无法对演艺内容的整体把握与认知,观众是否真正沉浸其中仍有待商榷。

除了科技沉浸、形式沉浸之外,故事沉浸、内容沉浸也是智慧旅游沉浸式体验空间未来探索的方向之一,是现在不少沉浸式项目可以深化发展的方向。

二是除了在地消费环境的优化之外,还要关注游前交易环境的优化。游前交易环境往往是容易被忽略的一环。交易(购买)环节中产品信息的模糊化呈现、产品价格的复杂化组合等容易增加消费者比较选择的难度,无形中增加消费者付出的交易成本。如果不能有效规范交易(购买)环境,消费者就需花费更多时间和精力思考供应商(平台)各种复杂组合背后可能存在的“坑”,这对进一步激活旅游消费显然是不利的。

三是释放旅游消费潜力还应包含文化性、社会性发展目标。在旅游日益成为人们重要而普遍的生活方式背景下,通过旅游方式构建国家认同和文化自信成为重要的战略选择。而要实现“让旅游成为人们感悟中华文化、增强文化自信的过程”,让人们在“领略自然之美中感悟文化之美、陶冶心灵之美”,就需要打造一个良好的解说环境。如何围绕解说手段多样化、解说内容趣味化、解说服务便利化、解说队伍多元化等环节进行旅游解说系统优化,也是优化旅游消费环境的重要课题之一。

声音

“人们酷爱‘墩墩’系列,爱的正是其拥抱传统文化的热情姿态,万变不离其宗的深沉底蕴”

——近日,北京王府井工美大厦门前,顾客排起长队抢购“龙墩墩”。对此,《北京晚报》发表评论指出,冬奥会闭幕两年之后,“墩墩”依然是当之无愧的顶流。仔细琢磨,其成功有必然原因。除了萌萌可爱又时尚的外表,传统文化成为其持久破圈的流量密码。我们见证了“兔墩墩”“冰墩墩”,等来了“龙墩墩”接棒“兔墩墩”,这不禁令人期待,未来,“墩墩”系列还会带来哪些惊喜;更期待,下一次“墩墩”家族身影被更丰富的文化色彩,展示更加生动立体的魅力北京乃至中国形象。

“用好数字化这个帮手,推出更多符合消费者期待的精彩产品和服务,定能吸引更多人走出家门,拥抱‘诗和远方’”

——《人民日报》近日发表题为《以数字化激发文旅消费潜能》的评论指出,文旅行业借助数字化赋能实现新发展,背后有消费升级趋势在起作用。游客的需求类型不断扩展、需求层次不断提升,对文旅产品供给提出了更高要求。运用数字化技术丰富文旅产品服务供给,成为适应消费升级趋势、精准对接游客需求的有效方式,也是深化文旅业供给侧结构性改革的有力抓手。

(本版编辑 龚立仁 整理)



冰雪旅游正升温 边滑边游成时尚

据报道,近期,国内各旅游目的地的室外滑雪场集中开板,冬季冰雪旅游持续升温。同程旅行数据显示,关注滑雪的游客中,90后和00后合计占比过半,80后占比近三成。数据显示,边滑雪边旅游成为时尚。超过82%的滑雪用户,选择在旅途中抽出半天至1天时间,体验滑雪乐趣。16%的用户会选择住在滑雪度假区或雪场周边,安排2天或2天以上的滑雪日程,在雪场中深度放松。

视觉中国 供图