

时评

用暖心服务擦亮冰雪旅游“金字招牌”

□ 特约评论员 马振涛

文化和旅游部公布全国十大冰雪旅游精品线路，顺应了冰雪旅游消费多元化、专业化、细分化发展趋势，致力于满足冰雪旅游者对多样化、高品质、高性价比冰雪旅游产品需求，助力冰雪旅游产业供给端创新发展，也在为解决冰雪旅游痼疾探路

近日，文化和旅游部资源开发司印发通知，公布2023—2024年全国十大冰雪旅游精品线路，此举旨在贯彻落实习近平总书记关于“冰天雪地也是金山银山”“把发展冰雪经济作为新增长点，推动冰雪运动、冰雪文化、冰雪装备、冰雪旅游全产业链发展”等重要指示精神，落实好《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》《冰雪旅游发展行动计划（2021—2023年）》等文件部署安排，推动冰雪旅游发展，扩大内需促进消费。

10条冰雪旅游精品线路分别为“冬奥双城·相约京张”“长城内外·银装素裹”“大兴安岭·雪象之约”“欢乐冰雪·辽宁冬韵”“温暖相约·长白山雪”“林海雪原·北国风光”“古城千年·滑跃古今”“河西丝路·纵情冰雪”“民族风情·北疆雪都”“千秋西岭·南国热雪”。

10条冰雪旅游精品线路推介了我国主要节点城市、冰雪旅游点、特色冰雪活动以及沿线其他旅游产品，涵盖运动、文化、旅游、教育、康养等业态，覆盖东北、华北、西北、西南等区域，为广大游客畅享冬季旅游提供了权威指引，展现了冰雪旅游的独特魅力。

“冰天雪地也是金山银山。”这个冬季，冰雪旅游出游人次及旅游消费

迎来爆发式增长。刚刚过去的元旦假期，哈尔滨这个东北老牌网红城市更是火热“出圈”。3天假期，哈尔滨市累计接待游客304.79万人次，实现旅游总收入59.14亿元，游客接待量与旅游总收入达到历史峰值。这一鲜活案例，可以说是对此次推出全国十大冰雪旅游精品线路的最好回应。为什么冰雪旅游会引起如此之关注和重视？推出这些冰雪旅游精品线路有哪些意义？在众多冰雪旅游城市中，哈尔滨能翻红“出圈”有哪些过人之处？这些问题值得文旅人品味和思考。

冰雪旅游是以冰雪气候资源为主要旅游吸引物，体验冰雪文化内涵的相关旅游活动形式的总称，是一项极具参与性、体验性和刺激性的旅游项目。中国拥有巨大的冰雪旅游发展潜力，开发满足大众需求的冰雪旅游产品是扩大旅游消费的内在要求，是培育文旅产业新增长点的重要举措。

经过多年发展，我国冰雪旅游经历初始、快速发展和初步成熟3个阶段，目前仍存在景区景点知名度不高、旅游产品单一、旅游产品和产业链开发深度不足、成片组团的线路少、基础设施及文化内涵不足、精细化管理和营销手段有待提升等问题，需要政策层面的规范、支持和引导。

此次公布的全国十大冰雪旅游精品线路，顺应了冰雪旅游消费多元化、专业化、细分化发展趋势，致力于满足冰雪旅游者对多样化、高品质、高性价比冰雪旅游产品需求，助力冰雪旅游产业供给端创新发展，也在为解决冰雪旅游痼疾探路。

针对“冰雪+文旅”发展趋势，如何发展冰雪旅游，市场定位和产品丰富度是首先要思考的问题。冰雪旅游最大的受众群体是普通游客。即便是世界知名的滑雪胜地，滑雪发烧友客群占比也不足20%。家庭客群和周边客群才是冰雪旅游的客源主体。普通游客并不局限于滑雪爱好者热衷的雪场、雪道，而更多考虑的是特色冰雪活动以及除滑雪以外的设施和服务。10条冰雪旅游精品线路把冰雪旅游点、特色冰雪活动以及沿线其他旅游产品串联起来，既能为滑雪爱好者提供更多选择，也考虑到普通游客的需要，还能够更好发挥区域协同作用，提供多样化的产品，带动当地旅游业整体发展。

发展冰雪旅游产业要尊重自然条件和客源市场，注重挖掘地方特色和“一招鲜”，还要“招招鲜”，不仅要有冰雪资源，还要将优质服务注入旅游全领域、全过程。面对蜂拥

而至的客流，哈尔滨不做高高在上的“冰冷女王”，而是以一名优秀服务员的热情和耐心，从政府到民众，从普通市民到从业者，共同参与，齐心协力，积极回应市场变化和游客需求，极力推出诸多“宠粉”手段：从给南方朋友打造专属称呼“小土豆”“马铃薯公主”，到空姐机场跳舞迎宾，从城市地铁化身免费“摆渡车”、市民开私家车接送游客，再到贴心的哥用最温柔的“夹子音”跟游客对话、游客吐槽涨价的哥听后帮忙打投诉电话等，真正做到了用暖心、舒心换开心，用朴素、真诚的行动换取弥足珍贵的信任，让游客“乘兴而来，尽兴而归”，用口碑影响、带动更多游客慕名而来。

上下同欲者胜。哈尔滨冰雪旅游的火爆，是综合了城市资源禀赋、管理服务、民众参与、网络助推等一系列动作的集成效应，是对这个城市的集体付出和努力最好的回馈。这些“千方百计提升游客满意度和体验感”的做法正成为淄博、哈尔滨等新一代网红旅游城市的“标配”。

实践证明，热情和暖心是凝聚人气、赋予旅游城市色彩和魅力的最大底气。或许这才是所在城市最值得借鉴的宝贵经验，也是那些长期以来备受诟病的旅游目的地值得学习的生动教材。

时也给了那些经营“银发族”业务的旅游企业上了一个“紧箍咒”。特别是针对老年游客所关注的行程设计、保险、解决投诉等多个环节，《旅行社老年旅游服务规范》均有具体规定，进一步规范了老年人旅游市场。

可见，保障“银发族”出游，关键是管理服务适老化。这就要求，旅游企业应严格执行《旅行社老年旅游服务规范》，使管理服务更趋于人性化、合理化，从而做到既符合老年人的旅游特点，又切实保障老年人的权益。同时，应规范操作，明确分工，细化程序，消除强制购物、隐形消费等低价团风险。此外，旅游企业还应与保险公司合作，为更多老年旅游者提供保险服务。

只有市场日趋规范，服务质量大幅提高，才会形成促进市场繁荣的强动力，推动形成成熟、健康、稳定的老年旅游市场。

观察

让旅游休闲街区更有文化内涵和品质

□ 刘士林 刘涛

近日，文化和旅游部发布公告，确定北京市昌平区乐多港假日广场旅游休闲街区等53家街区为第三批国家级旅游休闲街区。此前，文化和旅游部已确定两批111家国家级旅游休闲街区。与主要以购物为主的商业步行街和侧重城市文脉的历史文化街区不同，旅游休闲街区具有鲜明的文化主题和地域特色，融合观光、餐饮、娱乐、购物、住宿、休闲等业态，实现了旅游休闲、文化体验和公共服务等功能的统一。因此，既可以把旅游休闲街区看作是商业街的文化升级版、历史文化街区的活化利用样板，也可以看作是高品质城市生活的直观形态、新型人文街区的创新实践。

一是突出了“市”的功能。城市的主要功能之一是“市”，富有“烟火气”的商业活动和日常生活，既是一个城市繁荣发展的重要表征，也是人们向往城市生活的根源。从历史上看，长街与市井从来都是观察城市生活品质的最佳场域，也是彰显城市历史底蕴、地域特色的人文空间。如唐代实行“坊市结合、街市分离”的城建体制，居民坊和市坊的大门都由专人守护，定时启闭，商民和民户的日常生活还受到相当多的限制。直到北宋，才拆除了坊墙，允许民户面向大街开店，甚至出现了夜市。也正是由于这个原因，北宋的汴京比唐代的长安更像城市，以至于城市史学家刘易斯·芒福德曾把前者看作是未来城市的理想形态。

一个时期以来，因为城市中最好的空间都给了生产性产业、科技、金融等社会生产部门，导致很多城市的“消费性”和“服务性”功能受到挤压，也可以说没有处理好“城”和“市”、生产和消费、管理和服务的内在关系。一些城市只有园区、CBD等地标，而没有文化、休闲的空间和载体，导致人民群众的生活很不方便。国家级旅游休闲街区的推出和建设，有力改变了我国城市建设中的不平衡、不协调问题，使城市成为充满人间烟火、迸发生机活力的生产和生活空间。

二是复归了“城”的文化本质。文化是城市的灵魂。城市发展的目的和意义在于，不仅要有具有的经济条件和良好的社会保障，还要能够为人们提供一种“有价值、有意义、有梦想”的文明生活方式。人们来到一个城市居住或旅游，除了购物、餐饮、增长知识、从事商业贸易等实用的考虑，还有一个重要的动机就是感受城市的悠久历史和丰富文化、文学艺术与影视创造等。

在中国古代，张籍曾以“十里长

街市并连，月明桥上看神仙”的诗句，盛赞唐代城市的富庶繁华和人文之美。环境美学家曾认为，城市，特别是工业城市，与审美是对立的。为了把城市从冰冷的钢筋水泥变成有温度的美好家园，他们曾开过很多药方，如规划建设面积较小的“花园城”，把花园引入市中心，在广场上设置供人休息的长椅等设施，目的都是把“物的城市”变成“人的城市”。

与过去的工业园区、商业街区明显不同，根据国家级旅游休闲街区的资源评定标准，不仅要求集聚历史建筑、名人故居、博物馆、文化馆、实体书店及图书馆（分馆）、小剧场等文化景观，还要求具有地方文化或创意文化的业态比例不少于40%。前者可以说很好地与工业园区划清了界限，后者则有利于防止城市热门街区过度商业化，目的是为广大游客和市民提供生活空间、文化消费场景。

三是打造城市文化休闲中心地。城市的起源和发展，也包括城市更新和复兴，在很大程度上与城市科学所讲的“中心地”理论有关。“中心地”必须具有强大的聚焦和辐射功能，它可以是一个市场，也可以是一个科技中心或文化中心。

在某某种意义上，国家级旅游休闲街区就是一种新的城市文化休闲“中心地”。纵观北京市东城区前门大街、南京市秦淮区夫子庙步行街、唐山市河头老街文化街区、印象济南·泉世界文化旅游休闲街区等，可以说都起到了这一作用。

一方面，它们的市场功能发达、公共服务完备、创新能力较强，可以为全国乃至境外游客提供多样化文旅休闲产品和服务，具有鲜明的“中心地”职能；另一方面，它们本身无一例外地是所在城市的文化新空间和地标，并由于其实际产生的消费、吸引的人气等，成为文化赋能城市更新、旅游带动城市发展的重要载体和引擎。

泰戈尔在《吉檀迦利》中曾写道：“请容我懈怠一会儿，来坐在你的身旁，我手边的工作等一下子再去完成。”这句名言也是各旅游休闲街区应该牢记的“座右铭”。展望未来，适应更好满足人民幸福生活新期待的总体要求，如何让旅游慢下来，如何让休闲回归休闲本身，如何让旅游休闲更有文化内涵和品质，应该是我国旅游休闲街区建设需要重点研究和探索的问题。

（作者分别为上海交通大学城市科学研究院院长、河南大学文化产业管理系主任）

来论

做好适老化服务 保障“银发族”出游

□ 汪昌莲

保障“银发族”出游，关键是管理服务适老化。这就要求，旅游企业应严格执行《旅行社老年旅游服务规范》，使管理服务更趋于人性化、合理化

冬季来临，很多北方老人奔赴温暖的南方，成为出游主力。纵观近年来的旅游市场，老年游客也是错峰出游的主力军。随着我国老年人口规模持续扩大，日益崛起的“银发经济”显示出银发一族旺盛的消费需求和较强的消费能力，老年旅游市场展现出巨大的增长空间。如何开发更加适合老年人的旅游产品、营造更加友好的旅游消费环境，让“银发族”撬动更大的旅游市场，值得业界深思。

相关报告显示，截至2022年底，全国60周岁及以上老年人口28004万人，占总人口的19.8%。老年人口比例的增加，催生了老年旅游市场的火爆。据全国老龄委调查，目前，我国老年旅游人数已经占到全国旅游总人数的20%以上。一份针对中国城市老年人生活形态及消费行为的调查报告显示，16.4%的老年人是“旅游控”。而中消协发布的相关调查报告显示，老年人愿意拿出全年收入的15%去旅游。

然而，必须正视的是，组织老年游客出行具有一定的安全风险。一般的旅游公司不具备保证老年人安全出行的条件。“银发族”在跟团出游时，往往会遇到一定阻碍。这显然影响了“银发族”出游的积极性。

针对“银发族”出游，旅游部门出台了《旅行社老年旅游服务规范》，从“吃住行游购娱”六要素出发，结合老年人自身特点，制定了诸多规定，给“银发族”出游上了一个“保险”，让老年游客的权益可以得到更好保障，同

声音

“在活化利用上下功夫，正是长城保护的题中应有之义”

——《人民日报》近日发表题为《汇聚起保护长城和传承文化的坚实力量》的评论指出，应该看到，保护不是将文物束之高阁，让历史文化走进日常生活才是最好的保护。在甘肃永昌，当地不仅改造修建了长城文化展示中心等基础设施，还将长城沿线的历史文化遗址连点成线，打造当地特色文化精品旅游线路。文旅融合的创新实践，既带动了当地村民增收，促进了有效保护，也让更多游客有机会领略长城文化的独特魅力。

“期待这样的大学越来越多，期待大学生和市民同享运动快乐的场景越来越成为日常”

——近日，北京建筑大学宣布，周末及寒假期间，校内的明湖冰场将对社会开放，服务周边市民。对此，《光明日报》微信公众号发表评论指出，大学首先要打开校门，其次要通过提升现代治理能力，做好迎接社会人士的应对措施，让本校师生与外部人员和谐共处，让学校的教育教学功能与服务社会的公共功能同步实现。这当然不容易做到，牵涉方方面面的利益，需要大学做好各种细致琐碎的工作。（本版编辑 龚立仁 整理）



“南方小土豆”挤爆哈尔滨

“南方小土豆”，是“大东北”对南方游客的爱称。近日，勇闯哈尔滨的南方游客让这座城市人气“爆棚”。冰雪大世界门票被抢光，各大洗浴中心拥挤程度堪比春运，“哈尔滨冰雪大世界”成为这个冬天最为火爆的旅游地点……在媒体的宣传推动下，不管是“南方小土豆”还是“北方大地瓜”，没去过的人纷纷产生了去这个冰雪之都一探究竟的新的冲动。 视觉中国 供图

年轻人愿意来打卡 菜市场应主动拥抱

□ 胡建兵

传统菜市场要不断升级改造，要通过新潮的装饰、智能化改造，打造成为兼具烟火气与时尚感的新型集市

据《人民日报海外版》报道，一大早，北京三里河菜市场人声鼎沸。在入口处有一家咖啡馆 Grid Coffee，来北京出差的成都市民小赵正在等他的切肉菜。菜市场是一座城市最具烟火气的地方，逛菜市场是了解一座城市最好的方式之一。近年来，越来越多的年轻人到菜市场“打卡”，一些特色摊位也成为“网红”。

人间烟火气，最抚凡人心。每个城市的菜市场，都藏着当地百姓最朴实的生活。

去年以来，随着旅游市场进一步复苏，不少人在参观当地旅游景点之余，也会去当地菜市场逛一逛。特别是随着社交平台上菜市场有关话题的火爆，年轻人开始热衷打卡菜市场的美味。一些特色早点铺门口常常排起长长的队伍，其中就有不少年轻人。哈尔滨道里菜市场以经营熟食品种多、味道好著称，成为外地游客体验冰雪旅游热门打卡之地。

逛菜市场成为年轻人新的休闲方式，主要是因为经过不断迭代升级和智能化改造，许多老菜市场实现了旧貌换新颜。菜市场从“脏乱差”到“智能化”的提升，吸引了越来越多的年轻人打卡。

人们常说，菜市场是了解一座城市最直接的地方。如今，在城市更新的过程中，家门口的菜市场升级改造后，更加注重干净整洁的市场环境、富有特色的经营项目，这也让年轻人有了更好的体验，拉近了传统市场和年轻人的距离，也为一座城市打开新的商业空间。

小小的菜市场，能够让年轻人收获超越生活的精神体验。特别是一些身处异乡的年轻人，孤独时的无人倾诉成为常态，作为埋藏一个城市人文情感的菜市场，自然就成为年轻人精神生活的依托。在菜市场跟更多的人接触，可以了解所在城市独有魅力，可以让人们在无形中更好地融入这座城市。

逛菜市场成年轻人新的休闲方式，无疑是件好事。当然，菜市场也要主动拥抱年轻人。这就要求传统菜市场不断升级改造，不能再是灯光昏暗、地上脏乱差，而是要通过新潮的装饰、智能化改造，打造成为兼具烟火气与时尚感的新型集市，进而吸引更多的年轻人。期待未来有更多城市打造更高标准、更有特色的菜市场，为城市发展增添新的活力，更好满足消费需求。