

观察

## 强化治理提升服务 缓解旺季“离岛难”

□ 特约评论员 马振涛

随着居民文化和旅游消费需求持续增长、海南自贸港建设加速推进,对“离岛难”这一几乎每年遇到的问题,有必要作为一项重要课题深入研究、广泛论证并加以解决。解决“离岛难”问题,除考虑完善硬件设施外,还要坚持市场化调节为主、行政化手段为辅的思路

今年春节假期,海南旅游“离岛难”问题引发舆论关注。离岛火车票抢不到、离岛机票仅剩万元公务舱、新能源车离岛过海船票“一票难求”等频频上热搜。

为应对返程客流高峰,海南省委省政府、琼粤两地交通、航务部门,民航和客运公司等做了大量工作,协调增加运力,开通机场专线,增售离岛船票,释放出出行压力。不仅如此,为缓解人员滞留、等待焦虑,海南当地文旅部门、志愿者队伍也积极行动起来,为游客提供力所能及的服务和支持。

今年春节假期,海南离岛返程高峰压力是疫情防控平稳转段后海南旅游面临的首次“大考”。众所周知,海南旅游旺季“离岛难”不是新问题,背后有长期存在的复杂原因。随着外部环境的变化,也加入了一些新的因素,需要结合此次应对过程认真复盘研究,汲取经验、改进不足,思考和解答好如何在现有条件下最大化利用已有资源提升效率,如何从改善基础设施、提升运营管理、完善配套服务、强化技术赋能等方面着手建立常态化旺季应对机制等问题。

从大的趋势看,2023年以来,随着国内旅游市场快速恢复,长假期间旅游景区和热门目的地游客“扎堆”情

况成为常态。海南热带海岛作为稀缺资源,是春节假期国内最热门的旅游目的地之一。2024年春运期间,海南客流整体同比增长30%以上,无论航空客运、铁路,还是轮渡客流量都超过2019年同期水平。

未来,随着自由贸易港封关运行,游客人数仍有望快速增长。每年春节期间,过度集中的短期需求与相对有限的供给之间的矛盾,可能会愈发突出。此外,由于带薪休假、分散性休假实施情况仍不尽如人意,相较于较为宽松的入岛时间,集中离岛需求产生的“挤兑”效应,进一步增大了出行压力。由分散入岛、扎堆离岛形成的“离岛难”问题短期内恐怕难以得到有效解决。

具体地看,受地理环境影响,海南进出岛只能选择飞机或轮渡,火车和汽车都需要通过轮渡越过琼州海峡,受气候环境等不确定性因素影响较大,一旦达不到安全通航条件,就会导致车辆滞留、离岛速度减慢,这一问题几乎会发生在每年旅游旺季。

同时,离岛需求结构的变化也值得关注,自驾游游客尤其是对乘船有“特殊要求”的新能源汽车车主增多,是构成此次“离岛难”问题的新变量。据统计,今年春节假期自驾出行占比大幅提高,占到全社会流动量的

80%左右,且新能源汽车出行占比也显著上升,加之新能源车专车专班此前并未开通,从而导致新能源车过海船票“一票难求”,这些问题都需要有针对性地研究和解决。

随着居民文化和旅游消费需求持续增长、海南自贸港建设加速推进,对“离岛难”这一几乎每年遇到的问题,有必要作为一项重要课题深入研究、广泛论证并加以解决。

当然,从根本上解决这一问题,自然少不了跨海大通道建设。据悉,有关部门正在论证琼州海峡跨海相关工程建设的可行性。然而,在现有经济、技术条件下,建设跨海大桥难度较大,近期可考虑开行快船、水上飞机等多种安全、便捷、可靠的运输模式,为游客进出岛提供更多选择。

解决“离岛难”问题,除考虑完善硬件设施外,还要坚持市场化调节为主、行政化手段为辅的思路,不断强化综合治理和提升服务能力。

一是考虑借助市场化手段,既保障游客岛内出行便利,又控制岛外车辆进入。一方面,在旅游旺季扩大航空、载人轮渡运力,方便游客出入。同时,完善、规范岛内租车、搭车等服务,优化换乘、中转线路,解决游客岛内旅游出行不畅问题。另一方面,考虑汽车驶入对岛内环境的影响以及路

桥使用等,可考虑向国家有关部门申请,通过在岛内对外埠车辆征收税费等方式予以调节和控制。

二是借助技术手段提前做好预判分析、统筹安排、预警提示。例如,借助新技术手段,对岛外进入的车流、人流量进行统计,根据统计分析考虑采取进岛车辆限流措施,及时发布相关预警并告知游客,方便其提前进行出岛安排和规划;相关部门也要结合气象情况、返程人数、运力挖潜等研究预判,提前做好工作安排部署。

三是做好服务、安顿部署。市交通、航务等部门做好协调,确保运力储备。如在春节等旅游旺季,民航、航务等相关管理部门提前协调航空公司运力,考虑好主、辅航线和专用航线船舶以及空乘、船员等运力运能要素,确保及时调配和补充。

四是做好服务、安顿工作,提醒游客做好规划、提前安排。受客观条件影响,出现人流、车流拥堵和“离岛难”问题很难避免。当地文旅部门和从业人员应“守好最后一班岗”,在游客滞留、等待过程中做好服务、安顿工作,用暖心、热心服务化解滞留人员的焦虑、不满情绪。同时,对于入岛游客也要提前做好温馨提示,引导他们提前做好行程规划并充分考虑不确定因素。

## 挖掘地方文化底蕴 让夜游项目独具特色

□ 丁家发

各地应挖掘当地人文底蕴,结合自然景观并利用现代高科技手段,将夜游打造成独一无二的特色项目

当前,夜间旅游已成为丰富旅游产品供给、提升游客文化体验的重要途径。为了吸引更多游客,山西洪洞大槐树景区以老家年味为基础,开展了丰富多彩的活动。春节假期,大槐树景区推出“古风舞韵”“荷塘月色”“福满家园”“明朝美食节”“雪影忆光年”“小丑巡游”等特色活动,以及《捉线木偶》《古槐密室》《不倒翁小姐姐》等特色演艺,让游客感受老家的别样“夜生活”。

近年来,各地十分重视发展夜游经济,观光游船、主题灯会等活动成为重要的夜游项目,夜间演出、夜游博物馆等文化产品聚集了越来越多的人气。夜游经济日趋火热,带动了各地文化、饮食、购物等消费,成为地方经济发展的新增长点。与此同时,一些地方发展夜游经济也出现了项目雷同、缺乏特色以及夜间扰民等问题。笔者认为,发展夜游经济,需要有鲜明地方特色,同时避免夜间扰民等问题。

夜游项目包括曲艺歌舞、科技灯秀、夜间美食等,由于延长了景区营业时间,还可以收取门票收入,对景区来说,能赚个盆满钵满。游客参加夜游,还要住下来,也会增加住宿、餐饮等收入。

然而,从各地推出的夜游项目来看,不少地方存在雷同现象。比如,

灯光秀、实景演出等,在很多旅游城市和景区景点大同小异,缺乏鲜明的地方特色。这样的夜游项目,短期内或许会吸引一些游客,但是长期来看,一旦游客失去新鲜感,也就很难吸引游客了。

夜游经济需有地方特色,各地应挖掘当地人文底蕴,结合自然景观并利用现代高科技手段,将夜游打造成独一无二的特色项目,让游客只有到当地才能看到别具一格的曲艺歌舞、灯光秀或实景演出,吃到夜市里原汁原味的地方小吃和美食。比如,大槐树景区根据民俗戏曲形式改编的《捉线木偶》,包含舞龙、舞狮、高跷、旱船、喷火等民间社火,加上当地各种特色美食小吃齐聚,让游客在烟火气中收获浓浓的年味。这种地方特色鲜明的夜游项目,因为在其他地方和景区看不到,而具有独特的魅力。

同时,针对夜游项目扰民等问题,一方面,夜游项目的灯光和音响设计一定要考虑人性化,不能造成光污染或夜间噪声污染,对附近居民的生活及睡眠造成严重影响;另一方面,景区要根据实际情况,保护好当地生态环境,避免夜晚的强烈灯光、噪音对野生动物造成干扰。同时,对夜间游客的各项安全保障工作也要做好、做到位。

## 返乡观影边游边看 助力文旅产业加速跑

□ 孔德琪

依托春运热潮,各地开始探索让旅游景区、主题公园等文化旅游场所与当地影院梦幻联动,引导观众在观影后赴取景地旅行,推出“微游”、旅拍等服务

从合家欢到“返乡观影”“边游边看”,今年春节档备受关注,电影消费呈现新气象。春节档电影佳作多、人气旺,大量观众随着春运和旅游客流“下沉”到二线及三四线城市。

春节档是中国电影市场最重要的档期之一。同时,作为节日话题,看电影和聊电影已然成为一项主要内容。近年来,返乡过节或假期出游者往往将电影作为消遣娱乐的重要形式之一。而在春节假期,人们除了共叙天伦,也有更多休闲时间,与家人和朋友一起去电影院观看新上映的影片。

这种消费趋势的出现,与电影产业发展和文旅融合紧密相关。近年来,我国影院及银幕资源“下沉”使得电影院覆盖到了更多三四线城市,放映设备也得到了更新换代,能够更好地满足春节档期的大容量需求。

多样化电影内容以及与旅游景点、文化活动的结合,也为观众提供更便捷、多元化的观影体验,给电影产业带来了新的商业机会和市场潜力。

春节期间,我国数十亿人次的流动规模和各地兴起的旅游热,不仅为龙年春节档电影市场注入了新

的动能,让一些三四线城市异军突起,还引发了对如何让电影市场的档期热点转化为长期热度的发展思考。事实上,让“档期热”变“消费热”,文旅产业是一个绝佳载体。

当下,全国多地已经在依托春运热潮,探索让旅游景区、主题公园等文化旅游场所与当地影院梦幻联动,引导观众在观影后赴取景地旅行,推出“微游”、旅拍等服务,进而带动文旅产业“加速跑”。这种文旅融合不仅提升了观影的价值和吸引力,也创造了更多的消费机会和收益来源。

随着越来越多的观众选择在返乡和旅行过程中观影,这些新情况给电影产业和相关服务提出了新要求。如何保证影院设施和影片的质量与需求增长相匹配,如何加强影片的宣传和推广,让更多优秀作品能够被观众所认知和选择,以及在保证票房增长的同时,维护影片质量和内容的多样性,都是需要思考的问题。

爱电影,爱生活,依然将是很多人在2024年的重要选择。亿万返乡和出游观众可能会在新的一年里转化为电影行业发展和文旅融合的动力源泉,带来新的市场机遇。

## 在人间烟火中更好追寻“诗和远方”

□ 潘铎印

人气拉满的春节文旅活动是挖掘潜力、拉动消费的重要平台。春节假期,各地推动文化和旅游资源向产品转化,以丰富的文旅产品供给、多样的文旅融合业态激发文旅消费潜力,让文旅融合有诗意更有温情、有远方更有未来

家门口看“村晚”、博物馆过大年、逛庙会欣赏特色非遗民俗,在“南北互换、东西互跨”旅游中领略大好河山……刚刚过去的春节假期,神州大地充满浓浓年味,文化活动丰富多彩,文旅市场活力涌动。

今年春节假期,越来越多的人走出家门,与家人和朋友在旅途中体验不一样的年味,国内游、入境游、出境游多点开花。

近年来,人们对中华优秀传统文化的热爱日益增长,春节又是最具中国特色的传统节日,所蕴藏的文化内涵给民众带来欢乐的同时,也让更多人通过这一载体感悟到民俗意蕴,满足了更高层次的精神需求。

今年春节假期,人们走得更远、游玩时间更长。相关出行平台分析订单数据后发现,春节假期,超过一半的

人选择跨省出游,中国游客出境目的地覆盖全球1700多个城市,不论是异地旅游过年,还是本地游重新认识家乡,旅游都是公众感受美好生活的重要方式。

文化和旅游部数据中心测算,春节假期8天,全国国内旅游出游4.74亿人次,同比增长34.3%,国内游客出游总花费6326.87亿元,同比增长47.3%。到北方赏雪景,去南方过个温暖年,或来个轻松惬意的周边游、短途游,在政策、供给、宣传等多重利好因素推动下,城乡居民出游意愿高涨,出游人次和出游总花费等多项指标均创历史新高。

各地区各部门坚持以文塑旅、以旅彰文,推动文化事业、文化产业和旅游业繁荣发展,推动文化和旅游业态融合、产品融合、市场融合,促

进旅游演艺、红色旅游、乡村旅游、文化遗产旅游蓬勃兴起,绘就“诗和远方”新画卷。

各地坚持文化和旅游深度融合,组织各类文艺演出和公共文化服务,为群众送上丰富多彩的新春礼物。

非遗传统民俗扮靓节日氛围,富有历史底蕴、人文特色的景区备受游客青睐。天津古文化街、新疆喀什古城、湖南凤凰古城、云南和顺古镇、河北正定古城等景区人头攒动,客流保持高位;到北方滑雪、赏冰成为文旅新时尚,内蒙古、辽宁、吉林、黑龙江、新疆等地依托丰富的冰雪资源举办冰雪旅游节等活动,丰富冰雪旅游消费新方式,释放假日旅游消费新动能;国家级夜间文化和旅游消费集聚区人气旺、消费热、暖意浓,重庆解放碑、陕西西安大唐不夜

城、广东广州北京路街区、黑龙江哈尔滨中央大街等集聚区进入全国客流量前十商圈。

春节假期,各地推动文化和旅游资源向产品转化,以丰富的文旅产品供给、多样的文旅融合业态激发文旅消费潜力,让文旅融合有诗意更有温情、有远方更有未来。

文旅融出新天地,且以诗意共远方。人气拉满的春节文旅活动是挖掘潜力、拉动消费的重要平台。春满山河,草木发芽;万物蓬勃,向阳生长。让我们借助春节这欢乐、温馨的开始和浓郁、美好的文化力量,坚持以文化引领旅游发展,用旅游促进文化繁荣,积极推动文旅各领域、多方位、全链条深度融合,完善配套措施和服务,优化管理机制,让更多游客在人间烟火中更好追寻“诗和远方”。

## 重拳出击 整治黑车

冬季旅游期间,长白山保护开发区交通运输部门重拳出击,持续加大对“黑车”非法运营行为的打击力度,但是仍有个别经营者为谋取不法利益,心存侥幸,顶风作案,从事非法经营活动。近日,长白山管委会交通运输局发布通告称,为进一步保护人民群众财产安全,维护合法经营者权益,为广大人民群众安全有序出行提供良好的道路交通环境,长白山保护开发区交通运输部门将严厉打击“黑车”非法运营行为,依法从重处罚,绝不姑息。

视觉中国 供图



声音

“深度挖掘本地美食资源,针对游客群体发布城市美食地图、攻略等,提升餐饮消费的趣味性和体验感”

——春节假期,餐饮市场迎来开门红。对此,《经济日报》发表评论指出,对标餐饮业高质量发展的要求,应进一步发挥平台企业的作用,强化餐饮供给能力,推动餐饮与文化、旅游等多元跨界融合发展。引导餐饮、文化、旅游公司加强战略合作,发展“餐饮+亲子”“餐饮+农业观光”“餐饮+研学”等新业态新模式,利用跨界创新提升餐饮业服务内涵。鼓励老字号等知名餐饮品牌入驻旅游景区、文

化场所等。

“持续净化旅游市场环境,优化适老助老设施,才能让老年人旅游更安心,银发旅游市场活力更充沛”

——《人民日报》近日发表题为《银发旅游市场蕴含巨大潜力》的评论指出,银发旅游市场蕴含巨大潜力,但安全保障不完善、适老化基础设施不健全、跟团游暗藏消费陷阱等问题仍不同程度存在。推动旅游产品提档升级的同时,还要把短板补起来、服务提上来,营造安全有序、公平透明的老年旅游市场环境。

(本版编辑 龚立仁 整理)