

践行“两山”理念

生态价值激活经济“流量”

——成都天台山旅游景区全力推进5A创建

来自四川成都邛崃市平乐古镇天台山景区管理局的消息，目前该景区已基本完成国家5A级旅游景区创建评定标准规定的各项工作任务，正在查漏补缺，全面提升景区管理服务质量，全力做好国家5A级旅游景区迎检工作。

成都天台山景区距离成都市区110公里，坐落在平硌西南的山水之间，面积29.1平方公里，相传大禹治水时曾选此山为台登高祭天，故得“天台”之美名。

2007年，天台山景区创建成为国家4A级旅游景区，成为邛崃市首批4A级景区矩阵中的一员，旅游发展成熟、生态资源丰富、文化内涵深厚、游客接待量大。天台山景区的山山水水不仅是邛崃的一张名片，更是邛崃旅游发展的生动体现。水的灵韵、林的秀色、萤火的浪漫、云海的美丽……共同构成了天台山如梦如幻的景致与诗画般的意境。

萤火闪闪
照亮创新发展之路

“天上繁星，地上流萤”。7月的天台山景区，点点萤火，轻轻晚风，忽明忽暗的光亮闪烁在树林里、草丛中，汇聚成一片“萤光星海”，吸引八方游客竞相前往，描绘出一幅尊重自然、保护生态、和谐共生的魅力画卷。

“萤火虫对生存环境的要求很高，近年来，景区生态得到系统性恢复，森林覆盖率近95%，再加上温和的气候和充沛的雨量，满足了萤火虫的存活条件，吸引了大量萤火虫繁衍生息。天台山景区萤火虫占全国萤火虫种类的15%左右，还有很多珍稀种类及近年发现的新品种。”邛崃市平乐古镇天台山景区管理局副局长王帅介绍。

2023年，成都天台山景区创立“萤火森林”生态旅游品牌，大力实施生态旅游发展模式，以独特的萤火虫资源孵化生态产品、创新文旅活动，使景区成为自带“荧光”效果的网红打卡地，促进了生态价值向经济价值的高效转换。

“我们结合‘全球八大萤火虫观赏地、箱状地貌向斜山地’等五级旅游资源，推进天台山萤火虫博物馆、地质博物馆、丝路天台博物馆等项目建设，打造集自然科普研学体验、生态观光、山地运动、红色旅游于一体的国内知名旅游目的地。”王帅介绍，为了突出景区“南方丝绸之路”文化，景区还举办了南丝路文化研讨会、“风求凰”汉服文化节、天台山萤火虫文化旅游季等品牌活动，推出天台山“高山玩水”“夜赏流萤”等文旅体验名片，为游客提供更多的体验互动活动。同时，还与各大品牌联名推出萤火虫主题消费场景；以天台

萤火虫为原型，开发系列文创产品，深受游客喜爱。

小萤火虫已成为成都天台山景区的独特IP，不仅为景区带来了生态效益和社会效益，还实现了从资源到资产的跨越突破，推动了景区“夜经济”的发展，直接拉动消费约1.3亿元，带动了景区周边2000余人就业，景区居民及商家收入不断增加。

“软硬”兼施
力促景区提档升级

今年，成都市A级旅游景区“暖心服务年”启动仪式在成都天台山景区举办。会上，天台山景区分享了5A创建过程中的实践举措，并邀请四川省文旅工作者现场检验创建成果。天台山景区服务中心主任李德春介绍，为了推动天台山景区提档升级和规模聚集发展，相关单位围绕“南方丝绸之路”文化和萤火虫特色资源，从硬件软件方面进行了全方位提升。

在提升软实力方面，天台山景区契合游客需求，开发系列主题旅游产品，丰富特色消费场景；实施了萤火虫微博物馆、地质微博物馆、生态科普走廊、沉浸式夜游体验等一批符合文旅消费趋势、彰显特质特点的项目；分层分级开展了景区员工与商家、从业人员全覆盖培训，提升景区的服务品质；建立联合执法队伍，重拳出击，有效净化旅游市场；开展景区商家软环境提升，建立景区-镇村-商家结对联系机制，全覆盖开展入户对标指导，推进景区服务质量标准化建设。

硬实力提升方面，天台山景区全面对标对表，完善景区基础设施配套。在此过程中，景区完善了内外道路、游客中心、标识系统、休

息区等基础设施的建设，补齐景区基础设施短板，进一步夯实景区基础配套；推进三湾、和尚衙门、红军长征纪念馆等核心景点景观提升工程，打造“一天台”“二天台”“三天台”三级游览体系；围绕“景区管理、景区服务、景区安全”三大领域，完善指挥调度、电子巡更、信息查询、酒店预订等功能，为游客营造“舒心”“省心”“安心”的旅游环境。除此之外，景区还开通了境外银行卡刷卡机，外国游客可以直接在景区刷卡支付，无须再进行外币兑换，为外国游客提供了更加便捷的消费

服务。

目前，天台山景区已经进入国家5A级旅游景区创建的关键时期。“我们将始终坚持以游客为中心，加快完善景区旅游产品体系，努力提升各项配套设施和服务品质，全力做好国家5A级旅游景区创建的验收准备。”景区有关负责人说。

一连串的脚步可谓紧锣密鼓、踏石留印。实现5A梦，是一段艰难且充满挑战的历练过程，但每一步前行，都推动天台山景区向高品质景区蝶变。



天台山景区萤火虫 吴晓超

从游客需求和体验角度分析旅游服务质量要求

当今社会已全面进入服务经济时代，高质量发展已成为各服务行业的共识和普遍价值追求。旅游业作为典型的消费服务业，实现高质量发展必须以提高服务质量作为前提保证。

旅游服务的提供有规范的标准参考，但满足标准并不一定就是让人满意的服务，好与不好应由消费者切身感受和体验。“好”的旅游服务突出以消费者为本、以游客为中心，既要具备好的品质，还要有较高的人性化体现。

减少千篇一律，丰富特色体验。近年来，淄博烧烤、贵州“村超”、哈尔滨冰雪游等旅游热点大家耳熟能详，其爆火网络最主要的一点原因是充分彰显了相应的地方特色。烧烤本不是什么稀缺事物，全国各地都有烧烤，淄博烧烤能引发火热关注本质原因是，展示了当地“以人民为中心”“政通人和”的政府执政理念、人性化

管理的特色；贵州“村超”展示的是“体育运动+乡俗民风+民族大融合”；哈尔滨冰雪游则展示了“真诚淳朴+物美价廉+爱国情怀”等，这些都能从情感上感动游客。

杜绝挖坑套路，奉献真诚感动。近年来，旅游主管部门在持续整治“不合理低价游”“强制购物”“捆绑营销”等扰乱旅游市场秩序的不良乱象，但一些“挖坑套路”屡禁不绝，非常影响游客旅游体验，也损害了地区旅游形象。相反的，能打动游客的一定是真心和真诚，淄博烧烤、哈尔滨冰雪大世界、天水麻辣烫火爆期间，大量游客涌入，一边是宾馆酒店客房爆满，另一边也有许多游客订不到房、停车困难。当地及时采取措施，例如开放学校、改造公共场馆来增加临时住所，尽全力满足游客住宿需求。淄博为了方便游客停车，拆掉机关围墙开放停车，改造

道路、规划新建停车场；哈尔滨贴心地增加了暖房驿站，方便外地游客能随时取暖应对寒冷天气。

诚信互动交流，文明成为“风景”。精细化管理是景区服务质量的前提保证，文明旅游行为需要大力倡导和积极鼓励，更要互动交流。交流不仅反映在人与人之间，也体现在人与环境、事物之间，旅游服务提供者的文明行为要由工作人员的服务态度、语言举止体现，也要从规范化、人性化的服务管理中反映出来。以各景区提示标识为例，不同景区的提示标识也反映了景区的服务水平和文明程度，缺少提示标识或提示标识设置布局不合理、不充分，不但影响管理秩序，风险高的甚至影响游客生命安全。游客也应在旅游活动中，做到保护环境、不乱扔垃圾、不损坏公物，遵规则守规矩有秩序。良好的互动

不仅能提升游客的参与度获得感，更能为出游增添意义。

精准把握游客需求。“快”服务，强调针对游客需求多样化和易变性，能够及时采取措施，体现了服务提供者对游客服务需求的精准把握和持续改进的服务态度。旅游产品的开发和服务功能场景的布设是以游客的需求为导向的，精准定位游客的旅游消费和服务需求是必要前提。从游客群体来说，青年游客旅游的需求特点是多样化和个性化的，他们追求独特的旅游体验、社交互动、文化探索、便捷服务和环保可持续性；中老年游客的旅游需求表现有旅游欲望迫切，喜欢慢旅游，爱好自然风光、传统文化、美食体验，注重疗养休养、避寒避暑、探亲访友等诸多特点。对于提供服务的市场主体，旅客的关注点和心理需求会因服务类型和情境而异，例如游客对住

宿服务可能更看重清洁度、舒适度、员工态度和专业技能、餐饮服务、健身设施等；对餐饮服务可能更看重食品质量、口感和营养价值、餐厅环境，以及员工服务态度；对零售服务可能更看重商品的质量、价格、可用性和个性化程度，以及店内环境、员工服务态度和营销技巧等。旅游从业者需要根据这些需求特点，提供有针对性的旅游产品和服务，以满足不同游客群体的旅游需求。

及时响应游客诉求。游客诉求对提升服务质量具有导向作用。大量游客的实际体验能够真实反映服务设计、服务提供、服务交付等很多环节上考虑不充分的问题，为服务改进积累有效素材。站在游客角度，他们的期待不外乎是要有畅通的诉求渠道，个人的诉求能够被重视，能够有及时的反馈等。去年哈尔滨冰雪旅游热，当

地文化和旅游主管部门通过关注游客评价、网友讨论，及时响应调整改进，为了拍照方便增加人工月亮，为了走到安全台阶铺上地毯等，不断丰富服务产品及内容，提升服务的精细化程度。及时响应游客诉求，需要服务提供者与游客形成良好的互动，鼓励旅游企业积极利用互联网、大数据、人工智能等新技术，利用各类自媒体平台，加强与广大游客的积极互动。

当前，旅游企业提供服务应坚持以提高质量和核心竞争力为中心，坚持创新驱动发展，努力扩大高质量服务供给。不同的旅游企业可以结合自身情况，利用“互联网+”、大数据、人工智能、自媒体等新技术新平台，不断提供可以满足游客个性化、定制化需求的服务。

（李德春 文化和旅游部旅游质量监督管理所）

以标准化手段推动文旅融合高质量发展

旅游标准化一直以来作为旅游业发展的重要技术支撑，是提高旅游服务质量的关键环节，是加强旅游行业治理和规范市场秩序的重要手段，是推动旅游创新和转型升级的重要力量，对提升游客满意度、增强企业市场竞争力、促进社会经济发展具有十分重要的作用。

截至2024年5月，全国旅游标准化技术委员会已经制定旅游相关国家标准35项，旅游行业标准83项，涵盖旅行社、旅游住宿、旅游交通、旅游景区、旅游餐饮、娱乐、商务、购物、旅游教育研学、旅游市场监督管理等多类型标准，基本实现全覆盖。这些标准颁布实施以后，越来越多的旅游企业对照标准进行产品升级与服务提质。

当前，我国发展处于重要战略机遇期，正在进行高质量发展转型。为准确把握新发展阶段，贯彻新发展理念，构建新发展格局，推进文化和旅游深度融合，标准化是重要的技术管理手段，起到引导方向的作用。在文旅深度融合的大背景下，标准化工作能如何发挥示范引领作用，如何助力文旅融合和整个行业高质量发展？

标准化手段能激发文旅融合新动能

以旅游标准为切入点，通过丰富的文化内涵及相关条款，引导旅游市场主体坚持“以文塑旅、以旅彰文”。通过融合标准的编制实施，进一步推进文化和旅游业态融合、技术融合、产品融合、市场融合，促进优势互补，形成发展合力，实现提高旅游服务品质与改善文化体验。通过标准，实现旅游业的文化功能、文化效益更加凸显；通过标准，促进文化传播，彰显文化自信、培育和践行社会主义核心价值观。

标准化手段是促进文化传播传承新手段

统筹好文化传播和旅游推广，在文化传播中附加旅游推广，在旅游推广中注入文化元素，形成“一加一大于二”的协同效应。

旅游既是满足人民精神文化需求，增强人民精神力量的重要途径，也是将中华文化向外传播，推动中华文化更好走向世界，实现传播文明、交流文化、增进友谊的重要桥梁。标准化工作可以通过深入挖掘和阐释文化内涵，让旅游

成为人们感悟中华文化、增强文化自信的途径，实现旅游业社会效益和经济效益的有机统一。在文化交流和旅游推广有机结合的基础上，推动文明交流互鉴，促进民心相连相通，提高国家软实力，增强中华文明传播力。

标准化手段能提升文旅融合附加值

文旅产业融合显著提升产品附加值，丰富优质市场供给，有效释放旅游消费力，增强文旅产业核心竞争力。通过拓展旅游文化内涵，创新旅游发展路径，能够提升旅游产品的文化价值，为旅游产业发展源源不断地注入活力；文化拓展能够提升旅游影响力，更好地满足人们多元旅游的需求，真正将文化优势转化为旅游优势，增进文旅产业融合发展效应，赋能区域经济发展。坚持文旅相长，找准两者相容性、契合处、联结处，形成兼具文化和旅游特色的新产品、新服务、新业态，对促进旅游业供给侧结构性改革起到积极作用。

标准化工作能全面服务于文旅融合，提高行业服务质量和管理水平，增强企业竞争力，提升企业知名度，拓展

旅游市场。在新的背景下，亟须探索通过标准化促进文旅融合的工作路径。

一是通过标准化工作引导企业为旅游产品增添文化内涵。

在旅游业国家标准制定与修订工作中，鼓励起草单位围绕旅游市场需求和政策要求，积极添加文化相关条款，引导企业为旅游产品增添文化内涵。

比如《民族民俗文化旅游示范区认定》围绕满足文旅融合向产业和基层深化落实的需要，在原有标准的基础上增加公共文化资源、公共文化服务、非物质文化遗产、文化站（馆）、文化演艺等方面的标准和依据。

比如《旅游餐饮服务与服务等级划分》围绕餐馆建设的文旅融合程度不够的问题，在修订中强调了对餐饮文化的引导，利用老字号、名小吃等彰显地域传统文化，突出民俗人文等，并通过主题宴席来凸显本地自然和人文旅游资源。

二是通过标准化手段促进文旅业态融合发展。

随着文旅融合进程不断深入，越来越多的文化场所重视自身的旅游潜力的发挥，增加场馆的游客服务功能，积极投

入到文旅融合促进事业与产业双赢的实践中。为引导文化场所有序健康发展旅游功能、提供旅游服务、更好满足游客需求，鼓励各地开展相关的文旅融合新业态方面的项目研究或标准编制。

比如《文化场馆旅游功能开发与建设指南》通过对图书馆、博物馆、美术馆等文化场馆进行调研，制订科学的文化场馆旅游功能开发模式，满足不同类型、不同层次旅游者需求，编制文化场馆旅游功能开发方面的行业标准，为文旅融合业态的规范发展做出新尝试。

三是通过标准化制定引导文化产业融入旅游思维。

旅游是文化的翅膀。标准化工作可以通过丰富旅游产品和服务的文化内涵，推动旅游产业发展，促进文化事业繁荣，更好满足人民群众对美好生活的新期待新追求。

近些年，陕西华清宫《长恨歌》实景演出场场爆满，这得益于自2011年以来，华清宫就文化演艺围绕旅游者需求制定了一系列标准。在此基础上，《实景演出服务规范 第1部分：导则》《实景演出服务规范 第2部分：演出管

理》《实景演出服务规范 第3部分：服务质量》3项国家标准发布，成为国家层面的实景演出类系列标准，对推动全国实景演出规范化、标准化建设，提升演出管理水平具有重要意义，也代表着《长恨歌》演出管理与服务游客的经验在全国首屈一指。得益于标准化建设，《长恨歌》网上好评率高达99%，经济效益显著提升，演出收入从2006年的760万元增长至2019年的1.82亿元，标准化带动产业转型升级取得良好实践成果。尝到甜头的华清宫也逐步形成了以3项国家标准、7项地方标准、47项企业标准为骨架的“旅游为体、文化为魂、标准为矛、专利为盾”的“长恨歌模式”。《长恨歌》是典型的文化产业融入旅游思维的范例，也是标准化工作助力高质量发展的典范。

综合来看，文化和旅游标准化工作在规范旅游行业管理，提高行业服务水平，加快国际接轨，提升文化和旅游产业品质和质量形象方面具有重要意义，但通过标准化推动文化和旅游融合高质量发展任重道远。（崔子瀛 文化和旅游部旅游质量监督管理所）