

专家解读

旅游景区标准 根植中国走向世界

□ 刘爱利

旅游景区标准脱胎于我国旅游资源权属管理与行业管理分离的实际,服务于旅游业蓬勃发展和供给侧结构性改革的现实需要,以满足人民日益增长的美好生活需要为出发点和落脚点,是独具中国特色旅游发展道路的具体体现

国家标准化委员会不久前发布了《旅游景区质量等级划分》国家标准(以下简称“新《标准》”)。新《标准》契合了时代发展与技术进步对景区建设提出的新要求,统筹考虑了传承与创新相结合、质量与效益相统一、共性与个性相协调的原则,对于旅游景区高质量发展必将更好发挥规范引领作用。新《标准》秉承的时代精神和国际视野,也有助于进一步推动我国景区标准的国际化推广。总体来看,我国旅游景区标准的实施取得了显著成效,具有以下几点特点:

一是景区标准的原创性:为国际景区标准化提供中国样本。截至2019年底,下设于欧洲标准化技术委员会的旅游服务标准化委员会,以及国际标准化组织下属的旅游标准化工作机构“旅游及其相关服务技术委员会”,已累计发布了31个国际标准,包括潜水、工业旅游、探险旅游、港口、住宿设施或无障碍旅游的可持续管理系统等,而以景区为核心对象的国际旅游标准尚未出现。

旅游景区标准脱胎于我国旅游资源权属管理与行业管理分离的实际,服务于旅游业蓬勃发展和供给侧结构性改革的现实需要,以满足人民日益增长的美好生活需要为出发点和落脚点,是独具中国特色旅游发展道路的具体体现。以旅游景区标准为指引的中国A级景区体系、景区管理体系和景区建设规范引导体系,是中国向世界旅游产品和吸引物体系提供的样本和典范。

二是景区标准的人本性:“一切为

了游客”的多样化满足需求。当前,我国旅游业要解决的主要矛盾是人民日益增长的美好生活需要和不平衡不充分的发展之间的矛盾,是旺盛的旅游需求与有效产品供给不足之间的矛盾。因此,如何通过有效的供给,满足大众旅游需求、提升游客的体验感和满意度是关键所在。

新《标准》着眼于有效供给不足的实际,旨在通过标准引领高品质景区建设,达到综合提升旅游供给质量和满足游客需求的目的。为此,旅游景区标准在内外部交通可达性、景区入园便利化、支付便利化、咨询服务获取便利化、导游讲解获取便利化、卫生服务品质化、购物体验人性化、文化体验多元化、智慧服务数字化、综合管理有效化、资源环境保护可持续、安全服务保障等方面进行了综合设计和系统考量,充分彰显了景区标准的人文主义关怀。尤其是自2003年第一版标准修订后开始的国家5A级旅游景区建设,更将“一切为了游客”的高品质景区建设理念贯彻到实践之中。国家5A级旅游景区现已成为中国最具品牌价值和市场号召力的旅游金字招牌之一,其“一流旅游资源、一流旅游产品、一流旅游设施、一流旅游服务、一流旅游形象”的内涵已成为社会共识,从而在最大程度上保障游客的体验质量。

三是景区标准的有效性:标准引领的高品质景区建设成效显著。旅游景区标准的制定和实施,回答了“什么是旅游景区?”“什么是高等级旅游

景区?”等关键核心问题,避免了因概念理解差异导致的景区形态或构成要素的不同;景区标准通过交通、游览、卫生、安全、购物、文旅融合、智慧旅游、综合管理等方面的具体设计和细则规定,进一步厘清和框定了景区建设应重点关注和强化的软硬件条件和要素,为景区建设和综合提升提供了切实可行的路径和方法。

此外,标准引领的景区文化建设、生态文明建设、乡村融合发展战略等,更将景区发展成为旅游行业贯彻落实习近平新时代中国特色社会主义思想的核心场所、传承和弘扬中华优秀传统文化的主要载体、开展爱国主义教育和弘扬社会主义核心价值观的重要阵地、践行“两山”理念的生动样本、促进乡村振兴和共同富裕的辐射源地。可以说,我国旅游景区区经济效益、生态效益、社会效益和文化效益的全方位综合显现,均得益于旅游景区标准的高规格设计和全方位引领。

四是景区标准的适用性:以共性求发展,以个性谋突破。我国旅游景区建设面临的实际情况是旅游资源类型多样且等级差异较大,旅游资源所处经济区位参差不齐,资源开发的产业依托基础差异较大。在此背景下,制定适宜于全国通用的旅游景区标准,其难度可想而知。

得益于旅游学界、业界及各级旅游行政部门的通力合作,目前发布实施的旅游景区标准(及各修订版本)较好解决了因旅游资源赋存差异和经济发展不均衡带来的景区建设差异,向上可为

我国旅游景区设立标杆和范本,向下可兼容满足景区建设的基本要求,从而实现了景区标准的全国性适用。尤其是1A至5A级景区等级设定,在为景区建设设定不同档次的规范和要求的同时,也完美契合了旅游市场对资源产品的对应期望。中国旅游景区标准的资源无差异性适用和经济区位条件的无差异性适用,为其下一步的国际化推广奠定了扎实的适用性基础。

五是景区标准的推广性:根植中国,走向世界。2015年2月,中老双方就旅游景区质量标准化建设合作签署谅解备忘录。根据备忘录,中方向老方提供《旅游景区质量等级的划分与评定》国家标准(GB/T17775-2003)及其细则全文(中文),在中国境内开展的东盟旅游人才援外培训项目中为老挝旅游部门官员或专家提供一定名额,并在培训课程中安排旅游景区质量标准化建设方面的内容。此举,标志着中国旅游景区标准首次走出国门,是中国旅游标准“走出去”的有益尝试,对增进旅游标准国际合作具有积极的推动作用。

未来,随着中外旅游交流与合作的不断深化,以旅游景区标准为代表的中国标准可以成为嫁接国际合作的有益桥梁。当前,亟须尽快梳理和遴选我国现有旅游领域优秀国家标准和行业标准,组织人员加快外文版编译工作,推出中国标准多语种版本,传播中国旅游业标准化的先进经验。

(作者为首都师范大学资源环境与旅游学院副教授)

政府食堂假日对外开放彰显为民服务理念

□ 余明辉

政府食堂假日开放,看似一件小事,实则蕴含深意。它打破了传统观念中政府与民众之间的界限,让原本相对封闭的公共资源得以转化为可共享的服务场所。这种开放姿态,不仅体现了政府的自信与包容,更彰显了服务民众、贴近民生的情怀

据浙江新闻报道,今年国庆假期,当大多数人沉浸在出游的喜悦中时,浙江衢州却以一种别开生面的方式,为市民游客送上了一份特别的“节日礼物”——市政府食堂假日对外开放。这一举措不仅让平日里略显神秘的政府食堂揭开了面纱,更以一种前所未有的开放姿态,展现了政府与民同乐、资源共享的决心,赢得了社会舆论的广泛好评。

衢州的这一“宠客”之举,绝非一时兴起。早在5年前的五一假期,衢州市政府就曾尝试向游客提供特色中餐服务,并免费开放多处机关企事业单位停车位。这一创新做法曾受到央媒的关注,收获了游客的如潮好评。而今,政府食堂再次在国庆假期对外开放,不仅菜品价格亲民(荤菜5-10

元,素菜3元,套餐18元包含一荤、一半荤和一素),而且菜品精选衢州“百县千碗”的特色风味,力求让市民游客品尝到地道的“家乡味”。这样的“宠客”力度,无疑是对“以人民为中心”发展理念的生动诠释。

政府食堂假日开放,看似一件小事,实则蕴含深意。它打破了传统观念中政府与民众之间的界限,让原本相对封闭的公共资源得以转化为可共享的服务场所。这种开放姿态,不仅体现了政府的自信与包容,更彰显了服务民众、贴近民生的情怀。在衢州,市民游客不仅可以享受到美味的餐食,还能感受到政府那份浓浓的亲民情怀。这种情感的传递,无疑会增强政府与民众之间的信任与联系,为构建和谐社会奠定更加坚实的基础。

有人担心,大量市民游客的涌入,会不会对政府的正常办公秩序造成影响?食品安全和卫生问题能否得到保障?衢州的做法给出了满意的答案。他们通过精心组织、周密部署,确保食堂开放期间秩序井然和食品安全。同时,市区所有机关单位还为市民游客提供免费停车服务,这一贴心举措赢得了广泛赞誉。

事实上,政府食堂假日开放只是衢州亲民、共享理念的一个缩影。近年来,衢州在打造“一座折墙透绿的城市”过程中,不断探索公共资源与民共享的新路径。从机关事业单位不再设置高高的围墙,到公共绿地资源与民共享;从节假日停车位向公众免费开放成为常态,到政府食堂主动“揭秘”打开大门……这一系列实实在在的举

措,不仅让市民游客感受到了实实在在的便利和实惠,更让衢州在公众中树立起了“亲民政府”的良好形象。

值得一提的是,政府食堂假日开放并非衢州一地的独创。在江苏扬州、江西景德镇等文旅名城,这一做法已经持续多年,并成为当地的一大特色。

当然,政府食堂假日开放只是体现亲民、共享理念的一个方面。未来,还需要不断探索更多公共资源与民共享的新模式、新路径。期待各级各地政府继续深化这一理念,借鉴和推广这一做法,持续推动更多公共资源与民共享,让人民群众在共享发展中获得更多幸福感、满足感和安全感,共同推动构建更加和谐、开放、共享的社会环境。

观察

加强数字化应用 推动民宿品牌建设

□ 赵志浩

对于区域民宿品牌发展而言,数字化不仅可以提升运营效率,也能够丰富品牌内涵,提升市场竞争力,让民宿品牌创建和发展有可循路径与落实抓手

民宿能够较好地结合当地的自然风光、人文历史提供特色化服务体验,其独特的魅力吸引着越来越多的游客。随着旅游市场持续繁荣,区域民宿品牌化越来越受到地方和从业者的关注。民宿品牌应该如何打造,各地做法不尽相同。笔者认为,以数字化手段为依托,能够有效推动民宿品牌建设。

民宿品牌常见为连锁品牌和区域品牌;连锁品牌多由国内早期知名民宿发展而来,以民企居多,进行统一管理运营和宣传营销。连锁品牌以自身的标准在全国范围内选址落地,对选址、资金投入、政策配套等条件要求较高。区域品牌通常由地方相关政府部门、组织牵头创建,整合地方民宿,统一品牌形象,集约化对外宣传营销。因此,区域品牌建设能够更广泛地惠及大部分民宿,共同促进地方文旅产业发展。

区域民宿品牌建设有三大优点:一是有助于地方民宿服务水平的整体提升;二是可以开展整合营销,降低民宿的平均获客成本;三是能够快速提升市场知名度和游客信任度,让地方民宿整体获益。

传统的品牌打造方式在民宿行业往往不能适用,制约因素主要有以下几点:一是分布散,即使在一个市域或县域,民宿的分布也相对分散,其建设、运营情况也不尽相同,难以靠人力来统一管理;二是规模小,导致单体民宿和网络平台合作时处于弱势一方,不受重视、营销难做;三是员工少、缺少专业化人才,因为体量小,所以民宿的工作人员尽量精简,通常一人多岗,运营水平过度依赖老板或者店长个人;四是招工难,民宿多在乡村,年轻人本来就少,选择空间小、人员流动性大,服务质量难以保证。这些问题造成民宿品牌很难以传统的思路 and 方式来创建。数字化手段可以成为解决问题的关键办法,具体如下:

一是日常服务可视化,通过数字化提升民宿管家的服务水平。优质服务是民宿品牌的核心竞争力之一。民宿应提供个性化、定制化服务,关注每一位客人的需求和感受,让客人感受到家的温暖。从预订咨询、入住接待到离店送别,每一个环节都应体现出民宿的贴心与专业。将各个环节的服务标准用数字化手段进行可视化呈现,可以在一定程度上降低对民宿管家的依赖。这可以让管家的服务水平保持稳定,也使区域品牌下的民宿整体服务水平得到保障。

二是管理经验数字化,通过数

字化降低民宿的管理难度。民宿行业优秀管理人才缺口较大,很多民宿不能找到好的经理人全凭运气,数字化管理工具的应用可以较好地解决民宿管理问题:管人,可以将各环节工作的管理方式固定,写入标准操作流程分发给各个岗位,建立简明的任务分发和监督机制,让管理者对各环节工作情况一目了然;管物,实时监控民宿状态,实现对房间设施、环境参数的智能控制,如智能照明、智能温控等,为顾客提供更加舒适和便捷的住宿体验。

三是运营决策实时化,通过数字化实现收入的稳步提高。民宿运营决策可参考的样本不多,通常依赖于管理者的行业经验和个人想法。数字化时代,大数据成为营销决策的重要依据,民宿可以通过大数据分析,深入了解顾客的消费习惯、偏好及反馈,从而制定更为精准的营销策略。通过全网数据对比、周边竞争分析、区域客流分析等,预测市场趋势,提前进行布局,抢占市场先机。

四是宣传营销精准化,通过数字化提供多元且高效的营销方式。数字化时代,利用社交媒体、旅游平台等渠道进行精准营销至关重要。通过高质量的照片、视频和文案展示民宿特色,可以吸引潜在客户的关注。同时,鼓励客人分享自己的住宿体验,利用口碑传播的力量吸引更多客源。利用社交媒体平台的数据分析工具,民宿可以识别出潜在客户在客户的兴趣点,推送个性化的广告和信息;通过OTA平台用户评价数据,民宿可以及时调整服务内容和质量,提升顾客的满意度;建立会员体系,整理分类客户信息,将区域内多家民宿结算互通、积分互通,进而实现联动引流,让顾客的每一次入住变成对整个区域品牌的推介;建立共享私域社群,精准定位客户需求,提高民宿复购率,实现颗粒度与精细化管理,进而提供更加个性化的服务;通过了解顾客行为偏好,优化产品与服务策略,不断增强客户黏性和忠诚度,进而提升客户的满意度。

在科技日新月异的今天,数字化已经成为各行各业转型升级的重要驱动力。对于区域民宿品牌发展而言,数字化不仅可以提升运营效率,也能够丰富品牌内涵,提升市场竞争力,让区域民宿品牌创建和发展有可循路径与落实抓手,对于民宿行业发展将起到重要作用。

(作者为文化和旅游部等级旅游民宿评定专家、甘肃旅游协会乡村旅游和民宿客栈分会副会长兼秘书长)

来论

“让文物说话” 需在提升展陈水平上下功夫

□ 戴先任

近日,一段由游客上传的视频引发网友热议。视频中,游客称河南某遗址博物馆存在以照片代替实物展览的情况。游客花60元购票进入博物馆后,发现部分展品为玻璃框架内的文物图片,游客还在评论区提醒公众不要将此博物馆与洛阳博物馆混淆。

“以照片代替实物展览”,这样的展陈方式不免让人大跌眼镜。博物馆工作人员称,博物馆一直以来就是图片展示,没有文物存放。

人们不禁要问,如果人们通过手机、电视、网站就可以看到文物照片,为何还要到展馆实地看照片呢?一个没有文物存放的博物馆,又如何做到“让文物说话”呢?值得追问的是,此博物馆是否在游客购票前通过官网等渠道对此进行了明示?

近年来,“博物馆热”持续升温。各地博物馆受到广大游客与市民的青睞,一些热门博物馆成为“网红”,一票难求。随着博物馆越来越亲民化,很多博物馆的服务和管理水平上了

一个台阶。然而,仍有不少博物馆在建设中存在着一短板与问题。“以照片代替实物展览”就是其中的代表。还有一些博物馆展陈细节设置得不够友好,有的说明牌使用生僻字却不标注拼音,有的展品说明牌的二维码形同虚设,等等。

除了博物馆,此前还有媒体曝光某地天文体验馆的科普知识错误百出,竟然被小学生指正……

值得注意的是,当前“博物馆热”还存在着冷热不均等问题,热门博物馆、网红博物馆出现供需矛盾,影响了游客的观展体验。

让博物馆走出冷热不均的困境,必须要加强博物馆建设与管理,让博物馆展品名副其实、货真价实。

因此,要提升博物馆软硬件实力,从参观服务到文物展陈都要“对得起”游客的期待。只有这样才能切实提升游客的参观体验,让博物馆更好发挥弘扬中华优秀传统文化、传承人类文明的重要场所作用。

让传统村落 “文化味”更浓

住房和城乡建设部日前表示,各地要积极发展传统村落休闲旅游、文化创意等产业,持续开展“设计下乡”,提升建筑质量和居住品质。同时,要进一步突出文化传承,推动村史村志编写,让传统村落的“文化味”更浓。最新数据显示,目前,我国共有8155个村落列入中国传统村落保护名录并实施挂牌保护,16个省份将5028个村落列入省级传统村落保护名录,保护了55.6万栋传统建筑,传承发展了5965项省级及以上非物质文化遗产。

视觉中国 供图

8155个村落被列入中国传统村落保护名录

