

观察

聚焦“四大要素” 保障五一假期旅游安全

□ 谢朝武 蒋贤东

各地需聚焦“人、物、环境、管理”四大要素,将科技赋能与制度创新相结合,从夯实旅游安全基础体系、做好旅游场所人流预控、强化网红项目安全监管、严格高风险项目安全管理、开展假日市场专项整治行动、防范突发自然灾害风险等方面综合施策,统筹好发展与安全的关系,实现旅游经济与安全保障的双赢

五一假期临近,旅游市场热度持续攀升,各类旅游需求将在假期集中释放,有望带动旅游消费持续增长。与此同时,各旅游热点地区也面临旅游客流高位运行、旅游市场监管压力增大、旅游风险分布广泛等多重挑战。因此,各地应立足五一假期市场需求特点和产业实际,从体系构建、风险防控、秩序维护等方面综合施策,营造安全有序的旅游环境。

一是夯实旅游安全基础体系,筑牢假日旅游安全防线。各地应严格落实安全生产法、旅游法、旅游安全管理办法等相关法律法规,结合五一假期的客流特点和风险特征,优化旅游安全预案。要及时编制或修订具有可操作性的假日旅游安全应急专项预案,细化拥挤踩踏、特种设备事故、旅游者滞留等涉旅突发事件的处置流程。各地假日旅游管理机构应强化跨部门协同机制,避免“多头管理、责任真空”。要督促文旅场所强化对重大风险隐患的排查、识别和防控工作,开展安全培训与演练,强化安全意识与应急处置能力。

二是做好旅游场所人流预控,防范聚集拥挤踩踏风险。五一假期客流高度集中,热门景区容易出现瞬时客流高峰,各地需构建“源头管控+峰值预测—实时预警—动态调控”的全链条人流管理体系。鼓励运用历史客流数据、交通订票、酒店预订、景区预订等大数据,分析预测旅游客流,提

前预判客流趋势和峰值。推动相关景区优化“门票预约+分时发售”人流预控模式,有效引导游客错峰出行。可启动客流峰值分级预警机制,动态追踪重点区域客流密度,通过单向循环游览、广播疏导、闸机限流、分时段限行等措施分散客流。可实施“空间—时间”双重人流管控机制,合理规划核心游览区与缓冲隔离带,配置移动护栏、语音广播设备,增设临时摆渡专线,安排专人进行实时引导,避免局部区域游人过度聚集。

三是强化网红项目安全监管,落实旅游安全准入责任。近年来,露营、溯溪、森林探险等网红项目成为旅游热点,这类旅游项目往往存在“重流量、轻安全”等问题,须严格落实安全准入责任。

地方政府和相关部门要严格审核和评估具有营利性质的网红旅游项目,对新兴业态的场地选址、设施荷载、消防条件等进行前置性安全认证,严禁“擦边”安全标准。督促项目经营主体建立游客风险告知制度,做好购票环节的风险提示与安全教育。同时,要压实平台企业与运营主体的责任,将新兴旅游经营业态纳入监管范畴,杜绝其“野蛮生长”,建立“风险隐患举报—核查处置—结果反馈”的快速响应通道。对于非营利性的网红野生景点,地方政府要采取措施加强风险监测和人员引导,避免意外事故的发生。

四是强化高风险项目安全管理,提高安全保障能力。高空、高速、水上、潜水、探险等高风险旅游项目因其刺激性和挑战性而受到一些旅游者的喜爱,必须强化设备安检、人员资质、应急救援等方面的安全保障。

文旅场所应落实特种设备的安全管理制度,强化日常安全检查与维护要求,严格落实特种设备、特种岗位的作业人员持证上岗制度,部分关键岗位应按要求进行节前复训和考核。同时,高风险项目应根据需求配备必要的救生员、急救药品及设备,并与周边应急医疗救治组织有效建立黄金救援响应圈。此外,高风险旅游项目要严格落实责任保险机制,为游客提供可靠的安全保障。旅行社组织出境旅游,应谨慎选择高风险旅游项目,并做好安全保障工作。

五是开展假日市场专项整治行动,加强旅游市场秩序管理。节假日期间,“不合理低价游”“强制购物”“景区重复收费”等问题相对集中,各地应通过联合执法、信用监管、社会共治等方式维护旅游市场秩序。各地文旅部门应联合公安、工商等部门开展专项治理行动,聚焦“低价引流,强制消费”“虚假宣传,服务缩水”等典型问题,对旅行社、购物场所、在线旅游平台等进行检查,严厉打击“黑社”“黑车”“黑导”等非法经营行为。要畅通12345等投诉渠道,并在旅游场所入口处设置快速维权服务站,实行

“现场受理—调查处理—结果反馈”的投诉办结机制,切实维护旅游者合法权益。同时,应鼓励游客参与“一键举报”的监督环节。此外,相关部门应督促平台企业做好出境旅游产品的安全设计与安全保障,避免不合格产品流入市场。

六是防范突发自然灾害风险,提升防灾减灾救灾能力。五一假期,各地需构建“风险预判—隐患治理—应急避险”的自然灾害风险防控网,妥善应对局部地区可能出现的极端天气情况。各地要有效整合气象、地质等部门的数据资源,实现对各类自然灾害的全天候监测,及时发布灾害预警信息。山地景区、涉水景点等自然灾害易发区域应强化隐患排查,做好应急预防和准备,在节前组织员工开展防灾避险演练。同时,相关景区可通过广播、短信推送、电子屏实时播报天气变化,有效引导旅游者合理安排行程。旅游景区要及时响应自然安全风险预警,必要时关停景区场所。

总之,各地需聚焦“人、物、环境、管理”四大要素,将科技赋能与制度创新相结合,从夯实旅游安全基础体系、做好旅游场所人流预控、强化网红项目安全监管、严格高风险项目安全管理、开展假日市场专项整治行动、防范突发自然灾害风险等方面综合施策,统筹好发展与安全的关系,实现旅游经济与安全保障的双赢。

(作者单位:华侨大学旅游学院)

来论

“小票根”开辟文旅发展新赛道

□ 关育兵

当前,文旅市场面临加强优质供给、提振市场消费等重要任务,“小票根”模式的出现为行业发展开辟了新赛道。这不仅是引流手段,更是区域文旅品牌重塑的契机

在文旅产业迈向高质量发展的关键阶段,“小票根”正以创新者姿态重构消费场景,成为激活文旅市场的“金钥匙”。南昌借举办刀郎“山歌响起的地方”巡回演唱会,捕捉消费风口,推出免费游览滕王阁等9家国有A级旅游景区的配套福利,激发歌迷的消费热情。湖北以高速公路缴费凭证撬动旅游消费,游客凭高速公路通行费凭证,加1元就能兑换价值300多元的神农架八大景区联票。这些实践不仅是地方文旅破局的妙招,也折射出我国文旅产业转型升级的深层逻辑。

从微观消费行为来看,“小票根”策略精准捕捉消费者心理。以南昌为例,刀郎演唱会门票化身景区“通行证”,歌迷凭借低成本获取的高价值景区游览权益,实现从单一娱乐消费到多元文旅体验的跨越。数据显示,演唱会举办期间,南昌景区景点门票订单同比增长140%。这种“锚定效应”带动的不仅是即时消费,更是对城市文旅品牌的深度认知。湖北神农架以1元换300元联票,看似“赔本”买卖,实则通过游客的二次消费、口碑传播,实现旅游收入的几何级增长,带动周边民宿入住率提升近3成。

宏观视角下,“小票根”模式是产业融合发展的生动注脚。在南昌,演唱会与景区的联动实现了文化演艺与旅游板块的深度融合,带动了住宿、餐饮、交通等产业协同发展;湖北将高速通行与景区游览关联,构建起“交通+旅游+服务”的完整消费链条。这种跨界融合在本质上是供给侧结构性改革,通过整合分散资源,打造“一程多站式”文旅产品,更好满足消费者日益多样化的需求。

放眼全国,“小票根”模式承载着文旅经济破局的重要意义。当前,文旅市场面临加强优质供给、提振市场

消费等重要任务,“小票根”模式的出现为行业发展开辟了新赛道。这不仅是引流手段,更是区域文旅品牌重塑的契机。例如,可以借助热门赛事、节庆活动引流,联动周边文创、非遗体验等特色项目,形成差异化竞争优势;同时,还能够有效盘活闲置资源,如缓解淡季景区、乡村民宿客源不足等问题。

然而,“小票根”模式并非万能钥匙。各地要因地制宜,避免盲目跟风,立足本地特色资源,精准定位目标客群,设计契合市场需求的联动方案。同时,政府部门要强化统筹协调,打通政策壁垒,完善基础设施与服务保障;利用大数据、人工智能等技术,精准洞察消费趋势,实现供需精准匹配。这是“小票根”模式持续释放活力的关键。

当“小票根”不再只是消费凭证,而是成为串联多元业态、激活市场潜能的连接器,它便承载起了我国文旅产业破茧成蝶的希望,可以为文旅经济高质量发展增添新动力。

时评

“匹克球+旅游” 彰显“诗和远方”新魅力

□ 曾国标

匹克球不仅成为银发族的健康新宠,更化身“旅游新名片”,催生了“跟着赛事去旅行”潮流,为旅游者打开了一扇充满活力与社交属性的奇妙之门

近日,2025年国际匹克球(海南·海口)邀请赛在海口市开幕。此次赛事的举办是海南推动“匹克球+康养”“赛事+旅游”模式落地的重要实践,有利于推动匹克球这种富有魅力的轻运动走进大众视野。

一枚轻巧的球拍、一颗镂空塑料球、一片围网场地——匹克球,这项诞生于美国社区后院球场的休闲运动,正迅速席卷全球。它不仅成为银发族的健康新宠,更化身“旅游新名片”,催生了“跟着赛事去旅行”潮流,为旅游者打开了一扇充满活力与社交属性的奇妙之门。

匹克球运动规则融合了乒乓球、羽毛球和网球的规则,以“低门槛”著称:场地只需羽毛球场的三分之一,球拍轻便易上手,运动强度适中,既能燃脂又不伤害关节。正是这种“老少咸宜”的特质,让匹克球迅速俘获了全球超5000万爱好者,更成为中老年群体的“社交神器”。

在美国,退休社区将匹克球联赛作为核心活动,佛罗里达州甚至衍生出“匹克球度假村”,吸引全美玩家冬季南下,一边打球一边享受海滨风光;在日本长野县,曾9夺全美匹克球冠军的丹尼尔·摩尔通过持续不断的努力,将“银发匹克球联赛”打造为城市名片,参赛者赛后结伴游览户隐镜池、阿寺溪谷等自然风光以及光前寺等文物古迹,让旅游体验倍增。

中国作为全球匹克球装备制造中心(占全球产量72%),正在将产业优势转化为“体育+旅游”的新动能。2024年“李宁杯”中国匹克球巡回赛设立14站,其中多站选址旅游名城,可以给当地旅游业发展带来新的活力。

江西省上犹县依托陡水湖生态资源,投资1800万元建设匹克球运动公共服务设施,新建综合楼、专业球场及市政配套设施,推动“赛事+文旅”深度融合。上犹县在2024年第一届中国匹克球巡回赛首站期间,推出“湖畔匹克球体验营”,吸引全国选手参与竹筏漂流与客家文化研学,带动周边民宿订单量激增,当地民宿预订量同比增长40%,相关产业产值突破1.66亿元。

山东省东营市以黄河口湿地“鸟浪”景观为核心,将匹克球赛事与生态旅游结合,承办匹克球比赛期间,参赛家庭可乘坐新开通的“飞阅黄河口”低空旅游航线体验空中观鸟,参与湿地采摘等活动,赛事期间周边农家乐收入增长超过80%,成为体旅融合又一示范案例。

2024年底,海南省海口市在海口观澜湖度假区举办了首届“阳光海南”旅游休闲匹克球邀请赛,吸引近100名选手参赛。其间,观澜湖被授于“跟着赛事去旅行·匹克球旅游”观察基地称号,成为海南打造国

际旅游消费中心的标志性事件。

截至2024年末,我国60岁及以上的人口达到3.1亿人。匹克球凭借“轻运动、重互动”的特点,成为银发族康养旅行的理想载体。

在杭州千岛湖,当地康养机构结合区域生态优势,推出“运动+疗愈”一体化服务。以匹克球为核心,配套中医理疗、湖畔茶艺等活动,形成特色康养IP。相关统计显示,此类体旅融合项目的用户复购意愿远高于传统旅游项目。

依托博鳌亚洲论坛的全球影响力,海南琼海文旅部门联合中国匹克球工作委员会,于2024年启动“健康博鳌·活力匹克球”计划。根据《海南省体育旅游发展规划(2023—2025年)》,琼海已建成3处国际标准匹克球场地,并推出“论坛研学+匹克球体验”定制线路,吸引超2000名高端康养游客参与,人均消费较传统旅游群体高出35%。

“打一场球、识一群人、游一座城”,正成为银发族旅游的新常态。这种转变不仅契合了《全民健身计划》中“健康老龄化”的目标,更呼应了体育强国战略对全民健身的深层诉求。

展望未来,赛事旅游市场有望呈现以下趋势:

政策赋能:近期,国家四部门发文支持体育与文旅融合发展,海南率先响应,将匹克球纳入“跟着赛事去旅行”品牌,通过赛事补贴、场地共享等举措激活消费。

IP化运营:作为海南“跟着赛事去旅行”品牌的重要载体,国际匹克球(海南·海口)邀请赛的举办,有望进一步推动文化、体育、旅游、康养产业深度融合,释放海南国际旅游消费中心的活力。海南计划在海口、三亚等地建立匹克球竞赛中心,发展研学旅游,将赛事经济与文旅资源深度融合。

科技+社交:上海嘉定区市民体育公园通过智能化改造,增设专业匹克球场地与线上预约系统,并推出视频教学资源,帮助游客快速掌握握技术要领,同时吸引市民通过运动社交平台分享体验,形成“线上学习—线下实践—社交传播”的闭环。从社区球场到世界各地,匹克球正以社群之姿串联运动激情与旅游诗意。它不仅是健康革命的载体,更是探索世界的通行证——新手可以参与“入门速成营”,顺路打卡各地网红地标;深度玩家可以追逐国际赛事,在世界奇观中感受竞技与生命的共鸣;银发族则可以利用“慢游团”将球技切磋与文化寻踪交织,围炉夜话间织就时光的温情。

当小小球拍挥起时,目的地便不再遥远——因为每一次击球,都是向着未知风景的出发。

欢乐谷集团国潮盛宴五一加码上演

五一小长假临近,欢乐谷集团旗下深圳、北京、上海、成都、武汉等全国11家景区将在国潮文化节活动上加码,推出《王者荣耀》“五五开黑节”联名活动、限定款烟花无人机秀、超百场NPC天团派对、萌宠玩水产品上新、百变欢乐演艺大秀,邀游客共赴跨越时空的文化狂欢,感受国潮魅力。

欢乐谷集团将携手《葫芦兄弟》《大闹天宫》《王者荣耀》等热门动画、国游IP,为游客带来沉浸式游园体验。游客可到上海欢乐谷“葫芦山有间画廊”参与王母娘娘“蟠桃宴”互动;《王者荣耀》“五五开黑节”系列活动也将同步落地,北京欢乐谷更将爱琴港区打造成“王者峡谷”,并邀请WB战队成员参与游园活动,与游客共度假日。

重庆、武汉等地欢乐谷和襄阳华侨城奇幻度假区以科技赋能夜游体验,重庆欢乐谷千架无人机编织出浪漫夜景,武汉欢乐谷推出的“无人机脱口秀”与襄阳华侨城奇幻度假区“烟花+7D光影+无人机”的空间光

影三重奏,将为游客呈现昼夜交织的视觉盛宴。

此外,天津、南京等地欢乐谷引入Coser及达人NPC,举办超50场见面会与巡游活动,与游客共赴跨越次元的奇幻之旅。为满足家庭出游需求,深圳欢乐谷玛雅海滩水公园开放五大亲子戏水区,南昌欢乐星际亲子乐园则推出萌宠部落与亲子卡丁车项目。作为广受喜爱的演艺项目,欢乐谷集团各景区持续创新“百变大巡游”,深圳锦绣中华民俗村、深圳世界之窗、深圳欢乐谷等景区的大巡游,巧妙融合汉服、民俗及跨国文化元素,以缤纷花车串联国潮与世界风情。

五一假期,国风正当潮。欢乐谷集团将以“跨越时空的文化狂欢”为主题,匠心打造超千场次国潮活动,邀您共赴一场盛世华章。在这方欢乐天地,国潮文化化作灵动的演艺、沉浸的IP游园会、趣味十足的NPC互动派对,用科技、自然与文化,装点游客的节日回忆。(倪怡雯)

依法诚信经营 何惧游客“挑刺”?

近日有网友注意到,某旅行社的一个旅游项目对报名旅客的身份设置诸多限制,不接受记者、律师以及旅游和珠宝玉石从业者报名的规则引发热议。对此,《工人日报》发表评论指出,个别旅行社的“拒客黑名单”,看似是“自主选择”,实则是害怕被懂行或善于维权的人“挑刺”。旅行社拒收律师、记者等,看似是“规避风险”,实则是自曝其短,暴露了其病态经营模式、心中有鬼。只有将服务质量和游客体验放在首位,真正依法诚信经营,规范服务,才能赢得消费者的长久信任,助力行业发展行稳致远。

视觉中国 供图

