

观察

开行更多银发旅游列车 让老年游客畅享美好旅程

□ 王昆欣

积极推动铁路和旅游融合发展,可以从产品供给、服务质量、发展环境等方面精准发力,努力将银发旅游列车打造成引领银发经济发展的标杆。增开银发旅游列车不仅可以满足老年群体享受美好生活、丰富精神世界的需求,也将为我国银发经济高质量发展注入新的活力

近日,商务部、文化和旅游部、国铁集团等9单位发布《关于增开银发旅游列车 促进服务消费发展的行动计划》(以下简称《行动计划》),围绕增加银发旅游列车服务供给、强化适老化设施保障、提升服务水平以及优化发展环境等方面,提出了12条具体举措。《行动计划》明确,到2027年,构建覆盖全国、线路多样、主题丰富、服务全面的银发旅游列车产品体系,银发旅游列车服务标准体系基本建立,形成一批主题旅游列车品牌,银发旅游列车开行数量、旅客运输量较2024年实现较大幅度增长。

银发旅游列车以老年旅客为主要服务对象,具有路线灵活、多点串联在途观光、车随人走、昼游夜行以及高舒适度等特点与优势,深受老年旅客青睐。2024年,国铁集团共开行旅游列车1860列,接待游客超过100万人次,其中银发旅客占比近80%,成为旅游列车市场的核心客群。

推动银发旅游列车发展,有效促进银发消费,应当深入研究银发群体的旅游需求和特点。

一般而言,银发群体时间相对充裕,能够选择在旅游淡季出行,避开出游高峰,享受更为宁静、舒适的旅游体验。同时,老年人更倾向于慢节奏的旅行方式,不追求紧凑行程,更注重旅途中的休闲与放松,期望深入

体验当地风土人情,品味每一处风景的独特韵味。

舒适和安全是银发游客更为关注的需求要素。随着年龄增长,老年人对交通工具的舒适性和安全性提出了更高要求。银发旅游列车恰恰契合这些需求,可以为老年人提供理想的出行方式。列车上宽敞舒适的座椅、稳定的行驶环境,让老年人在旅途中能够得到充分的休息;贴心的适老化设施,极大地便利了老年人的行动;完善的安全保障措施,包括严格的车辆检查、专业的乘务人员服务等,让老年人及其家属更加安心。

为实现《行动计划》提出的目标,笔者认为,积极推动铁路和旅游融合发展,可以从产品供给、服务质量、发展环境等方面精准发力,努力将银发旅游列车打造成引领银发经济发展的标杆。

一是以创新理念丰富银发旅游列车产品供给。银发旅游列车发展前景广阔,然而我国旅游列车市场总体仍面临诸多挑战,如旅游列车数量和承运量占比偏低,部分旅游列车服务质量良莠不齐,部分线路旅游产品同质化严重,缺乏特色和創新等。

因此,《行动计划》充分彰显创新思路,提出“增加银发旅游列车服务供给”,在多元化资本投资、银发旅游列车产品体系构建、运营服务和保障

机制建立健全等方面,出台了一系列创新举措。产品供给的核心在于打造差异化和个性化的旅游产品。例如,针对喜欢历史文化的老年游客推出文化主题旅游列车,针对热衷养生的老年人提供养生保健特色旅游线路。只有以创新理念推动产品供给,才有可能让银发旅游市场真正受到广大银发族的认可。

二是以多元路径提升银发旅游列车服务质量。满足银发族的出游需求,需要市场提供更为专业化的服务,主要包括以下几方面:

加强旅游配套设施建设,对重点旅游目的地的铁路车站进行适老化改造,打造更具旅游文化氛围,能够提供优质适老化服务的旅游车站;丰富和完善列车适老化服务,适量配备医疗、老年照护专业服务人员,并明确列车上产生的诊疗费用可按相关规定进行医保异地就医结算;引导和支持特色美食、理疗保健服务、老字号产品、特色文化演出、非遗技艺及舞台艺术视频等进车站、上列车,丰富服务内容,探索打造主题特色鲜明的银发旅游列车;加强列车乘务员、导游等服务人员的专业培训,培训内容涵盖老年护理知识与沟通技巧,为老年旅客提供更好的服务;提高列车服务质量,畅通服务投诉处理渠道,建立健全旅游列车服务后评价和表彰激励

机制。同时,支持旅游列车与景区深度合作,推动各地建立完善两者间的沟通协作机制,鼓励景区采取有效措施提升银发群体的游览体验。

三是协同方式优化银发旅游列车发展环境。银发旅游列车的发展涉及众多地方、部门和行业,需要加强多方合作。

首先,加强政策协同,将发展银发旅游列车作为促进服务消费工作的重要内容,纳入地方政府促消费政策支持为民办实事范围。

其次,优化旅游保险产品,丰富针对银发群体的保险产品,扩大保障范围和覆盖人群。

最后,加强银发旅游列车产品宣传推广,鼓励地方开展银发旅游列车主题促消费活动,依托进博会、服贸会、消博会、旅博会等展会平台加强国际合作和宣传推广。此外,由于银发旅游列车运营成本较高,如何有效控制与合理分担成本,也需要各方协同推进。

随着老龄化社会的加速发展和人们生活水平的不断提高,银发旅游列车市场前景广阔、潜力巨大。增开银发旅游列车不仅可以满足老年群体享受美好生活、丰富精神世界的需求,也将为我国银发经济高质量发展注入新的活力。

(作者为世界旅游联盟研究院首席研究员)

专家解读

优化人才供给 构建梯次导游队伍

□ 韩玉灵

我国对导游职业资格实行准入管理。依法取得执业资格的导游,不仅需要具备基本的职业素质、娴熟的接待操作能力,还需要具有较高的文化素养、艺术素养和专业素养。为加强导游队伍建设,鼓励导游不断提高业务能力,1999年10月1日正式生效的行政法规《导游人员管理条例》确立了具有中国特色的导游等级考核制度。2005年7月3日,根据《导游人员管理条例》制定的部门规章《导游人员等级考核评定管理办法(试行)》(以下简称《办法》)也开始施行。

随着旅游业的快速发展以及《中华人民共和国旅游法》《导游管理办法》《文化和旅游市场信用管理规定》等法律法规、部门规章的颁布施行,导游执业面临的市场需求、政策法规治理环境、职责任务及相关管理要求均发生了深刻变化。导游不仅承担着保障旅游活动顺利进行的职责,更肩负着人民生活水平提高、旅游消费升级后更好满足游客品质化、个性化需求的重任。特别是在推进文旅深度融合的背景下,导游在传播中华优秀传统文化、弘扬社会主义核心价值观、促进社会主义精神文明建设等方面的重要作用进一步彰显。建设一支素质高、业务精、能力强、梯次合理的导游队伍,迎接大众旅游时代的到来、满足人民对幸福生活的向往刻不容缓。

在此背景下,要充分落实党和国家关于加强人才工作的政策措施,做好与相关法律法规的衔接,及时将各级文化和旅游部门在实施导游等级考核过程中积累的经验做法进行提炼、总结、归纳并使之制度化、法治化,以更好地发挥导游等级考核制度在培养人才方面的积极作用,对试行《办法》进行修订完善势在必行。

将于2025年3月1日施行的《导游等级考核管理办法》(以下简称《办法》),立足本土实践,适应社会需求,历时3年完成修订,完善了我国的导游等级考核制度,为进一步优化导游人才供给,提高导游综合素质和职业技能,规范开展导游等级考核工作,加快构建梯次合理的导游队伍提供了有力的制度保障。

修订工作严格遵守规范性文件制定程序,坚持问题导向,广泛听取各方意见,使《办法》更加严谨、科学。《办法》与相关法律、行政法规、部门规章、国家标准有效衔接,使体系逻辑结构、语言表述更为规范、完整。

2022年6月启动修订工作后,文化和旅游部在前期论证的基础上,邀请了导游协会管理者、导游、旅行社管理者、院校专家共同研讨试行《办法》存在的问题及修订建议,并在此基础上形成初步框架。此后,反复讨论形成《办法》征求意见稿。

2023年10月,文化和旅游部在全国范围内广泛听取各界意见。其中“增加对高等级导游的激励措施”“优化参加导游等级考核基本条件”“优化激励晋升条件”“优化导游等级考核组织周期”“调整考核科目”“规范表述”等方面的建议均在《办法》中得以体现。

《办法》分为总则、考核方式和内容、考核条件和程序、监督和管理、鼓励措施、附则。与试行《办法》相比,章节结构较为完整,增加了适用范围,明确了全国实行统一的导游等级考核制度,明确了导游等级考核工作的原则,明确了申请参加导游等级考核人员的基本条件,调整了考试科目等。

规范的价值在于实施,而规范能够得以实施则需要制度的设计完整性、周密,具有实用性和可操作性。《办法》围绕优化考核原则和制度要求,厘清国家和地方主管部门的职责、明确考核方式和内容、细化考核条件和程序等方面着力,进一步提高了导游等级考核工作的科学性和规范化水平。例如,针对试行《办法》修订中收集的“对中级、高级、特级导游的考核方式应更加多元”的建议,将中级、高级导游等级考核方式从笔试调整为“导游等级考核的形式包括笔试、面试、论文答辩等”,中级、高级导游等级考核方式“原则上采取笔试形式”,特级导游等级考核“根据需要,中级、高级导游等级考核可以增加面试形式,特级导游

等级考核可以增加笔试形式”等表述,为不同等级考核确定了不同的考核方法和考核依据,也为后续丰富考核方式提供了依据。又如,针对试行《办法》“未规定参加导游等级考核条件,建议增加”的意见,《办法》参考国家标准《导游等级划分与评定》(GB/T 34313-2017)合理设置了报名条件,鉴于中级、高级导游等级考核同步举行,特级导游考核单独组织的实际情况,规定中级、高级导游报名条件单独设置;同时,考虑到导游工作实际,不拘泥于一种计算方式,将带团记录要求调整为符合相应天数或次数。

我国导游队伍等级结构呈现金字塔状,初级导游比例过大,中高级导游比例不高,特级导游人数极少,成为塔尖。此前的试行《办法》规定了导游等级的划分和考核方式,但未对导游等级考核的组织频次作出规定,导致考核时间不确定,考核的意义被淡化,考核制度设立的目的难以实现,一定程度上影响了导游队伍梯次的合理构建。

结合近年来考核工作组织管理经验,《办法》明确规定,每2年组织一次中级、高级导游等级考核,每4年组织一次特级导游等级考核,为导游做好职业规划提供了便利和依据,为导游等级考核制度的实施提供了保障。

导游等级考核的重点在于考查导游服务能力和知识储备水平。我国现代旅游业起步于入境旅游,当时国家急需外语导游,大批外语人才进入导游队伍,为让外国人了解中国作出了积极贡献。鉴于旅游业发展的实际需要,试行《办法》规定,中级导游设两个语种,高级导游设中文和英语两个语种,特级导游不分语种。随着我国整体外语水平的提升,尤其是教育及相关部门对语言水平的评价和外语能力的测试已有成熟的认证体系,《办法》取消了语种设置,不再设置外语科目。导游的工作语种与等级考核相对独立,外语导游晋升等级后,已取得的导游语种继续予以保留,并明确规定“加强外语导游人才培养”,加强高水平外语导游供给,提高入境旅游接待能力和水平。

过去,导游等级考核制度未能最大限度地发挥其积极作用,有制度上需要完善之处,也有等级与薪酬、职称不挂钩的现实问题。这需要主管部门加以引导,也需要行业、企业重视人才、尊重人才,形成有利于人才成长的社会氛围。

试行《办法》确立了导游晋升制度,规定参加全国导游大赛取得最佳名次或参加在文化和旅游部备案的省级导游大赛取得最佳名次后,可在1年内通过省级文化和旅游主管部门报文化和旅游部申请晋升导游等级。

针对征求意见过程中收集的建议,《办法》优化激励晋升条件,明确规定了激励晋升的条件,放宽了奖励条件,简化了办理程序,明确规定导游获得相应奖励表彰后,可在2年内直接通过省级文化和旅游主管部门晋升等级。为鼓励导游通过参加等级考核、不断提升服务能力和知识储备,《办法》还专章设置“鼓励措施”,鼓励各级文化和旅游主管部门将高级、特级导游纳入人才引进政策范围,在人才培养、行业培训、表彰奖励等工作中对中级以上导游给予支持;鼓励旅行社、行业组织制定出台激励性措施,进一步增强导游参加等级考核的积极性。

制度的有效实行,既要靠有效管理,更要靠得力措施。《办法》强化监督要求,完善管理措施,可以为导游等级考核制度有效实施保驾护航。《办法》规定各级文化和旅游主管部门应加强监督和管理,明确依法妥善处理相关举报和投诉的制度;对考核结果有异议的“复核申请”制度;对参加导游等级考核导游违规行为处罚措施;对监考人员和工作人员违法违规的责任追究;健全导游等级退出机制等,为切实维护导游等级考核工作的权威性、公平性,维护导游参加等级考核的合法权益提供了有力保障。

(作者为北京第二外国语学院中国旅游人才发展研究院教授、执行院长)

时评

用好哪吒IP 讲好中国故事

□ 陈志辉 文字轩

深入挖掘哪吒IP所代表的文化标识和精神属性,充分展现其时代价值,增强所在地的“哪吒文化”氛围,实现优秀传统文化的创造性转化与创新性发展,让“哪吒文化”更加出彩,显得更为重要也更有价值

随着贺岁片《哪吒之魔童闹海》(以下简称“《哪吒2》”)票房狂飙,并不断刷新我国电影票房纪录,哪吒这个经典IP再度爆红,各地竞相开展“抢吃儿”大战,使得哪吒“户籍”火爆出圈。天津、安徽、河南等地相继发声,自称哪吒故里。

旅游是眼球经济、注意力经济。争抢热点文化IP,可以快速吸引公众关注,显著提升游客流量,短期内成为爆款产品,不失为旅游市场营销的一种灵活有效行为。

近年来,“跟着影视去旅行”日渐成为旅游新时尚,带动影视取景地、人物故事关联地成为热点旅游目的地。例如,《长安三万里》引领众多游客到陕西西安探寻大唐盛世,《去有风的地方》让云南大理凤阳邑村成为热点打

卡地,《你好,李焕英》让湖北襄阳成为热门旅游目的地……

各地争抢哪吒出生地,目的是为了蹭《哪吒2》的热度,借助哪吒IP打造热点旅游目的地,激活当地文旅市场,其出发点无可厚非,效果也立竿见影。例如,今年春节假期,河南省西峡县的陈塘关遗址公园,接待游客量同比增长300%,周边民宿一房难求;四川省宜宾市共接待游客达738.37万人次,实现旅游综合收入45.93亿元。位于天津市河西区陈塘庄的哪吒小镇近期也成为游客热门打卡地,游客接待量增长了30%。

哪吒是国人耳熟能详的神话故事人物,他的形象展现了忠诚、孝道、义气和担当的价值理念,呈现出打破不公平社会秩序与规则的英雄气概,体

现了“我命由我不由天”的斗争精神,是中华优秀传统文化的经典符号之一。人们之所以喜爱哪吒,主要是因为哪吒人物形象所体现的文化标签引起了情感共鸣。

因此,与争抢哪吒出生地相比,深入挖掘哪吒IP所代表的文化标识和精神属性,充分展现其时代价值,增强所在地的“哪吒文化”氛围,实现优秀传统文化的创造性转化与创新性发展,让“哪吒文化”更加出彩,显得更为重要也更有价值。

近年来,多地进行了借助文化IP打造知名旅游目的地的有益实践,其中不乏成功的典型例子。例如,陶渊明《桃花源记》中的桃花源所在地曾经引起湖南、重庆、安徽、江苏、河南等多地争抢,其中湖南常德桃花源景

区、重庆百桃花源景区相继建设成为5A级旅游景区,成为旅游业界多地共享同一文化IP的成功典范。

可见,争抢哪里是真正的桃花源所在地并没有那么重要,更加重要的是将景区建设成为陶渊明笔下桃花源的模样,自然会成为人们心中向往的桃花源所在地。

与此类似,哪吒是神话人物,各地没有必要在其出生地问题上争个水落石出。重点要抓住“哪吒文化”的核心要义,根据神话背景、重要场景、人物关系以及文化影响等内容,对这一文化符号进行深度探寻,倾心打造“哪吒文化”景区景点,更好地激发游客的情感共鸣,成为人们心中认定的哪吒出生地。

哪吒IP并非个例,中华优秀传统文化源远流长、博大精深,拥有诸多类似于哪吒的文化IP,展现了中国人民在长期生产生活中积累的宇宙观、天下观、社会观、道德观,也是各地发展文化和旅游的宝贵资源。这些文化IP亟待深入挖掘、科学开发、合理运用。开发利用好这些文化IP,有助于进一步讲好中国故事,传播好中国声音,展现可信、可爱、可敬的中国形象。

作者单位:中共湖南省委党校(湖南行政学院)



保护古树名木 守护“绿色的国宝”

古树名木是重要的物种资源、景观资源和生态资源,承载着传统文化,见证着历史变迁,被誉为“绿色的国宝”。为了更好地保护古树名木,我国将对古树名木全面实行挂牌保护,因地制宜设置保护措施。今年1月,我国公布了古树名木保护条例,从制度层面面对古树名木的资源调查公布、日常养护管理、合理利用、文化传承等进行规范。国家林草局生态保护修复司负责人介绍,“古树名木保护条例的出台,填补了古树名木保护领域国家层面的法规空白,为古树名木保护提供了坚实的法治保障。” 视觉中国 供图

我国将对古树名木全面实行挂牌保护

我国将对古树名木全面实行挂牌保护。古树名木是重要的物种资源、景观资源和生态资源,承载着传统文化,见证着历史变迁,被誉为“绿色的国宝”。为了更好地保护古树名木,我国将对古树名木全面实行挂牌保护,因地制宜设置保护措施。今年1月,我国公布了古树名木保护条例,从制度层面面对古树名木的资源调查公布、日常养护管理、合理利用、文化传承等进行规范。国家林草局生态保护修复司负责人介绍,“古树名木保护条例的出台,填补了古树名木保护领域国家层面的法规空白,为古树名木保护提供了坚实的法治保障。” 视觉中国 供图