

金台视线

让旅游出行更舒心更开心

本报记者 赵兵 徐元峰 沈靖然

去年以来,旅游行业恢复势头强劲,群众假日出游意愿集中释放,旅游整体营收实现较高增长,主要旅游目的地及热门景区的消费活跃度持续高位运行。随着春节假期临近,许多人又开始规划新的休闲之旅。

如何让消费者的旅行更安心、舒心、开心?各地如何更好地为游客带来高质量的旅行体验?不少读者、网友呼吁,希望一方面推出更多精品旅游线路,满足消费者的多元需求;另一方面也要提升景区管理服务水平和城市接待能力,为促进旅游市场繁荣发展提供坚实保障。

挖掘特色旅游资源 展现历史文化底蕴

进入冬季以来,哈尔滨等地冰雪旅游热度居高不下,冰天雪地中呈现出一派红火景象。哈尔滨旅游市场的火爆场面,让各地文旅部门艳羡不已,纷纷行动起来,施展浑身解数向网友“花式”推介自己。对此,不少读者网友表示欢迎,认为文旅部门的积极宣传值得肯定。

“有的文旅局长披挂上阵介绍家乡的美景美食,有的地方以‘喊麦’‘答题’等形式吸引游客关注,还有的地方动员家乡籍明星‘打广告’。相比于传统做法,这些形式多样的宣传,确实能够吸引年轻人的关注,也是各地开拓旅游市场、带动旅游消费的创新方式。”广东惠州市读者李思说。

不过,也有读者建议,在营销和宣传上搞创新有助于吸引流量,但真正让旅游市场繁荣发展的,还是要靠修炼“内功”,挖掘本地特色,彰显自身优势,用文化和产品吸引人,用真诚和真情打动人。

九井十三桥、鬼山书院……走进安徽旌德县蔡家桥镇朱旺村,仿佛走进了历史画卷。这个有着1300年历史的传统村落,现存47座保存完好的明清古建筑。经过活化利用,朱旺村已经成为远近知名的景区。注重挖掘、研究、宣传传统文化价值,是当地发展旅游业的一条重要经验。

“不少景区都在传承传统文化上下功夫,有的保留了传统生产生活方式,很有地方特色,能让人体会到深厚的历史传统和文化积淀。但也有些景区就被打造得相互之间几乎没什么区别,老街上卖的都是剪纸、木雕、印染、刺绣,吃的都是臭豆腐、炸串、米糕、凉粉,体现不出地方特色,也看不到保留下来的历史印记。”河南南阳市读者朱先生说。

北京工业大学城市建设学部副教授李华东认为,要在旅游开发与传统文化传承保护之间找到结合点,力争还原当地丰富多彩的文化风貌,“尤其要反对置优秀传统文化于不顾、盲目‘山寨’一些所谓的‘创意’来发展旅游的做法。”

近年来,不少地方在挖掘文旅资源,展现当地历史文化底蕴上进行了积极探索。比如,陕西西安在步行街悬挂写满诗句的彩灯,以“灯火相映,一步一诗”的浪漫形式展示唐诗;浙江乌镇精心呵护特有的民居水阁、老宅深巷和船拳皮影,令人有穿越千年之感;安徽宣城注重保护开发传统村落,修旧如旧的同时创新发展,让人们体验古村落生活的美好与惬意……这些匠心独运的文旅开发,都给人以深刻的印象和特殊的旅游体验,也得到了消费者的广泛好评。

“随着旅游市场的蓬勃发展,消费者尤其是年轻人更加喜欢有体验感的旅游资源。因此,景区应当适应潮流趋势,转变经

营理念,相比于过去只是让游客走一走、看一看的旅游方式,需要在增加互动感、仪式感、体验感上多下功夫、多些创新,让游客身临其境的同时能深受感动,或是得到充分放松,以此赢得游客的口碑和市场的肯定。”南开大学旅游与服务学院教授徐虹说。

“东北的冰天雪地、沿海的海滨特色,西北的传统厚重、边疆地区的民族风情,这些都是当地独特的旅游资源,应当充分挖掘本地特色、打造本地亮丽名片,让游客有不同的旅行体验。”北京市徐先生说。

完善基础设施建设 提升管理水平

旅行途中,无论是风景如画的自然风光,还是历史悠久的人文景观,都会给游客带来丰富的旅行体验。与此同时,基础设施是否完善、管理服务是否到位等,也是游客旅行体验的重要组成部分,直接影响着对景区的评价。

去年“十一”黄金周期间,徐先生一家前往南方一处千年古村落游玩。作为国家4A级旅游景区和中国历史文化名城,这里吸引了众多游客前来参观游览。不过,在欣赏美景、体验文化的过程中,徐先生也发现了一些美中不足:“景区里私搭乱建随处可见,很影响美观,而且有些还存在安全隐患。有的公共设施破损了,也没有及时维修。”

实际上,徐先生所遇到的问题并不鲜见。景区基础设施维护和管理的缺失,影响景区美观的同时,也给游客带来诸多不便。“景点指示牌锈迹斑斑,很不美观”“景区里座椅太少,不少游客只能席地而坐”“厕所里的洗手台,有一半不出水了”“上山的台阶上碎石遍布,很危险”……在读者来信和网友留言中,反映景区基础设施不完善或维护不及时的问题不在少数。

“基础设施建设和维护对景区接待服务能力起着关键作用。如果这方面做得不到位,尤其是遇到节假日客流量比较大的时候,就会影响景区接待能力,进而影响游客的旅行体验。”徐虹说。

与此同时,基础设施维护是否到位,直接关系到游客的人身安全。近年来,由于景区基础设施老化或维护不到位,旅游安全事故时有发生。对此,不少读者网友表示,应加大对景区基础设施的管理维护力度,将安全放在第一位,充分保障游客的生命财产安全,同时也要注重给游客提供更多便利,让景区游玩安心又顺心。

“旅游业也是服务业,如果管理水平不足就会影响整体体验,大大影响游客对景区的评价。”厦门大学管理学院教授魏敏说,“对于景区而言,提升管理水平,让服务更加人性化,管理更加科学化,提升景区实力,是打造良好旅游体验的最优选择。”

提升景区管理服务能力,需要多部门协同配合。“景区类型是多样化的,有文化类、遗产类,风景类的景区,也有一些主题公园、商业化景区,所以景区在管理上分属不同部门,可能涉及多个管理主体。这就需要有关地方和部门协作配合,共同提升景区品质。”徐虹说。

打造精品优质服务 淘汰粗放劣质产品

“零团费”港澳六日游、198元云南五日游、220元东南亚六日游……看到这些诱人的广告,不少消费者都会怦然心动。然而,在低团费的背后,却隐藏着强制购物、所购商品严重质价不符等消费陷阱。

去年夏天,陈先生全家出门旅行,旅行社承诺最多两个家庭拼团、住准五星级酒店、全程无购物。五天四夜的行程,每人团费2000多元。结果实际出游时,陈先生才发现是4个家庭拼团乘坐一辆小巴士。而行程中所谓的景点“南海屏州”竟是玉器购物点,而“学做广东菜”竟是售卖厨具。“我们好不容易腾出时间带孩子出来玩,旅行社却将大量时间安排在购物点,把旅游团变成了购物团。”陈先生说。

多年来,“不合理低价游”一直是旅游市场的乱象之一。旅游公司用远低于正常经

营成本的价格招揽游客,以非正常宣传手段诱导消费、以不正当竞争行为扰乱市场,既损害了游客利益,也破坏了旅游行业秩序,影响了旅游业的健康发展。

华南理工大学旅游管理系副教授余传鹏表示:“‘不合理低价游’能够存在的原因主要有两方面:从需求端看,对于中老年人等价格较为敏感的旅游消费群体,其信息获取能力较弱,容易受‘不合理低价游’相关营销宣传影响;从供给端看,旅游行业是高度细分的市场,供应主体相当庞大,面对上述人群的消费需求,总有消费者和企业服务供应方匹配的情况,低价旅游事实上存在一定的消费市场。”

随着旅游市场发展,我国旅游消费呈现出从低层次向高品质和多样化转变的特点,广大游客的需求更为多元化、个性化,对旅游市场监管提出了更高要求。各级文旅部门也在积极适应旅游消费新趋势,满足旅游消费新需求,规范旅游市场秩序。

2023年,文化和旅游部办公厅出台《关于进一步规范旅游市场秩序的通知》,明确要求严厉打击“不合理低价游”等市场乱象,开展旅游市场秩序整治,重点打击“不合理低价游”,导游强迫或变相强迫购物、兜售物品,未经许可经营旅行社业务等行为。

不少地方也出台多项举措强化监管,维护旅游市场正常秩序。北京市印发实施《进一步深化非法“一日游”长效治理工作方案》,深入推进“清浊”“安心”等旅游市场治理系列专项行动。2023年下半年,湖南张家界市责令停业整改旅行社及门市部百余家家次,11家旅行社被列入“黑榜”名单。不少地方的消费者协会、消费者保护委员会等都在节假日前出台消费提示,提醒消费者警惕“不合理低价游”陷阱。

“整治‘不合理低价游’,严厉打击,严肃查处是一方面,更重要的是持续加大优质旅游产品和服务供给力度,在品质特色上下功夫,在精益求精上做文章,用‘良币’驱逐‘劣币’,用精品优质的旅游服务淘汰‘不合理低价游’等粗放劣质的旅游产品。赢得口碑,才能赢得市场、赢得长远发展。”云南大理市读者袁武说。

(徐安童参与采写)



近日,游客在安徽省黄山风景区欣赏雪后美景。

施亚磊摄(人民视觉)

百姓关注

羽绒服标识应规范

孙立极 徐蕾洁

四川广元市的王女士日前通过电商平台购买了一件售价599元的羽绒服。网店宣称羽绒服为白鸭绒,绒子含量90%、充绒量190克。但收到货后,衣服水洗标上只标注了面料和里料成分,没有任何关于羽绒的信息。经过交涉,店家愿意退款,但坚称是标签漏印了。

“我国是羽绒生产大国。”中国羽绒工业协会信息部主任祝炜介绍,中国羽绒企业在大量生产实践中积累了丰富的经验,生产能力、工艺技术都处于全球领先地位。

但是,羽绒服市场良莠不齐。2024年1月,国家市场监督管理总局通报羽绒服产品质量国家监督抽查情况。结果显示,抽查的185批次产品中,有26批次不合格,其中,18批次绒子含量不合格,11批次羽绒含绒量不合格,11批次纤维含量不合格。

“如果标着羽丝绒、羽绒棉等描述

的,均不是羽绒服。”祝炜介绍,目前羽绒服生产执行的是2022年4月正式实施的国家标准GB/T 14272-2021(以下简称“新国标”)。“如果吊牌上标注执行标准为GB/T 14272-2011,或者标注了含绒量而非绒子含量,则可能是以前生产的库存产品。”与此前的国家标准相比,“新国标”最显著的变化是把“含绒量”改为“绒子含量”。“根据新的国家标准,羽绒服的绒子含量不能低于50%,否则就不能叫羽绒服。”祝炜说。

就羽绒本身来说,决定羽绒服保暖性能最重要的两项因素是充绒量和蓬松度。一般来说,充绒量越多、蓬松度越高,保暖性越好。线上购买时,一定要看产品标签信息是否齐全、标识是否正确,吊牌和水洗标信息是否一致。

全国服装标准化技术委员会羽绒服装分技术委员会秘书长曹宗华介绍,羽绒服上的合格证即主要吊牌和水洗标,都属于产品的使用说明,必须包含制造商名称和地址、羽绒种类、绒子含量、充绒量、执行标

准等信息。市场监管部门监督抽查时,会委托第三方检测机构,对合格证和水洗标标注的内容进行检测或核查,如有任何内容不符合以上标准,或者同一件羽绒服的吊牌与水洗标不一致,均会判定为标识不合格产品。

针对目前市场上出售的羽绒服有的存在标识信息不全甚至错误等问题,曹宗华建议,市场监管部门要对羽绒服生产厂家、流通渠道进行羽绒服标识专项监督抽查,尤其是生产集中区域、羽绒服标识不规范销售渠道,对标识不合格的销售渠道进行重点查处,以点带面促进生产工厂、销售渠道全面整改。同时,市场监管部门、消费者保护协会、行业协会等组织,可向消费者普及羽绒服吊牌、水洗标的相关知识,多方发力,让羽绒服标识更规范,市场更有序。

身边事

自行车棚改成了麻将馆

我是四川省成都市金牛区五福桥东路8号院的居民。多年前,小区里一块绿地被占用,搭建了临时车棚,用于停放自行车。但是,几年前,这个车棚又被人私自建成了麻将馆(见下图),明显违规。更不合理的是,该麻将馆在二楼紧靠居民楼外墙处,私自搭建了临时厕所,致使居民楼二楼房间墙壁长期潮湿发霉,影响正常生活。建议相关部门对这一问题进行查处。

人民网“领导留言板”网友 何先生



建议

严查住宅楼顶私搭乱建

近年来,住宅楼顶违建问题屡禁不止。一些开发商为实现利益最大化,把住宅楼顶部设计成“阁楼”,在卖房时打出“楼顶平台无偿赠送”的广告。有的业主私占公共空间、破坏房屋结构,私搭乱建。这些私搭乱建,既妨碍了相邻建筑物通风采光,也损害了人居环境,还带来了安全隐患。

建议强化源头管控,在小区规划、建筑设计和施工阶段严格把关,避免出现实施违法建设的空当;在房屋销售阶段,杜绝以违法改建、加建为条件诱导消费者。同时,加强物业管理,由物业公司加强对业主装修施工的日常排查,对违建行为早发现、早报告,将违建控制在萌芽状态;加强对物业公司的监管,建立考核机制,对小区违建“不管”“漏管”,或报告不及时、制止不到位的物业公司依法依规处理。再者,强化业主自治,通过制定公约、相互监督等方式,规范业主行为。

此外,还应强化执法,对楼顶违建行为,发现一起,查处一起,并向社会公开,充分发挥警示教育作用。

湖北宜昌市 李金亮

科学设置共享单车停车点

共享单车极大方便了人们的出行,解决了“最后一公里”的问题。相比于共享单车推广之初乱停乱放的局面,如今在严格限制下,共享单车的使用更有序、更规范。但是,不少人遇到了“用车容易还车难”的问题。在监管之下,各平台对共享单车的归还方式和归还点进行了严格限制。由于有的还车点距离设置不科学、不合理,不少用户在停车还车时发现,因为未在规定停车点范围内,只得去更远的停车点,再步行返回。这让共享单车不再便利,有违解决百姓出行“最后一公里”的初衷。

建议科学设置共享单车停车点。一方面,共享单车运营平台应继续创新优化技术,根据实际情况,科学设置“电子围栏”,方便用户还车停车。另一方面,平台可运用大数据以及精准定位等技术,科学划分停车点位,让用户能够离目的地更近。有关部门也应当给予共享单车更多支持,提供更多停车点区域,方便运营平台划定停车点。

北京市 肖凯文

降低冰雪运动成本

我是一名冰雪运动爱好者,虽然有的雪场推出部分优惠政策,但是对于广大群众而言受惠面还是偏窄。目前,滑雪场的票价普遍偏高,高昂的滑雪成本不仅抑制了本地居民滑雪消费,也降低了其他地区滑雪爱好者的热情,实际上也反过来影响了本地的冰雪市场发展。

希望有关部门能够在深入调研的基础上,根据当地人均收入情况,统筹协调各大雪场,推出力度更大的普惠性优惠政策,降低群众滑雪成本,吸引更多群众参与到冰雪运动中来。

人民网“人民建议”网友 蒋先生

征集

人民日报读者来信版和人民网“领导留言板”联合开展群众急难愁盼问题征集活动,请读者提供线索,提出意见建议。

邮箱:rmbdzlx@126.com
传真:(010)65368495

