

城市锐评

全面加强新时代历史文化遗产保护

■潘铎印

中共中央宣传部、文化和旅游部、国家文物局近日印发《关于学习贯彻习近平总书记重要讲话精神 全面加强历史文化遗产保护的通知》，要求认真学习贯彻习近平总书记重要讲话精神，做好当前和今后一个时期历史文化遗产保护工作。

历史文化遗产记述着灿烂文明，传承着悠久历史和博大文化，是祖先留给我们的宝贵财富，不可复制，不能重造。保护历史文物不仅是法律赋予每个人的责任，也是时代交给我们的重大课题。

源浚者流长，根深者叶茂。文物是不可再生的珍贵文化资源，是中华民族生生不息发展壮大的实物见证。近年来，我国的文物保护力度显著增强，文物管理能力明显提升。但同时，我们也要看到，作为文物大国，在城市更新中大拆大建、拆真建假、以假乱真，破坏历史文物，随意拆除具有保护价值的老建筑、古民居等现象时有发生，历史文化遗产保护任重道远。

历史文化遗产不仅属于我们，也属于子孙后代。各地各部门要深入学习领

会习近平总书记重要讲话精神，增强全面保护历史文化遗产的责任感使命感，增强自觉自信、强化责任担当，本着对历史负责、对人民负责的精神，全面加强新时代历史文化遗产保护。要加强顶层设计，建立分类科学、保护有力、管理有效的城乡历史文化保护传承体系，始终把保护放在第一位，全面保护好古代与近现代、城市与乡村、物质与非物质等历史文化遗产，树立保护文物也是政绩的科学理念，统筹好历史文化遗产保护与城乡建设、经济发展、旅游开发，统筹好重要文化和自然遗产、非物质文化遗产系统性保护，统筹好抢救性保护和预防性保护、本体保护和周边保护、单点保护和集群保护，加强世界文化遗产保护管理监测，正确处理历史与当代、保护与利用、传统与创新、资源与环境的关系，切实做到在保护中发展、在发展中保护，维护历史文化遗产的真实性、完整性、延续性，牢牢守住文物安全底线。

保护并利用好历史文化遗产资源。要让文物说话、让历史说话，更好发挥历史文化遗产以史育人、以文化人、培育社会主义核心价值观的优势作用。要坚持以文塑旅、以旅彰文，用好历史文化遗

产，培育传统文化产业，大力发展红色旅游，推进历史文化遗产与旅游深度融合，推动历史文化遗产保护利用融入人民群众生产生活，让历史文化遗产在新时代焕发新生、绽放光彩。

健全监督检查机制，加强文物保护单位执法检查。加强各级领导干部履行历史文化保护传承工作中经济责任情况的审计监督，对历史文化保护传承不尽责履职、保护不力，造成已列入保护名录的保护对象受到严重破坏的，要严肃追究问责处理，确保党中央、国务院保护历史文化遗产的有关决策部署落到实处。完善法律法规，加强与文物保护法等法律法规的衔接，制定修改相关地方性法规，加强文物保护单位监督检查，为做好城乡历史文化保护传承工作提供法治保障。

万物有所生，而独知守其根。加强历史文化遗产保护和传承，延续历史文脉，涵养文化根脉，为的是筑牢民族之魂，增强文化自信。我们要推进中华优秀传统文化传承发展，对历史文化遗产做到应保尽保，珍存历史、珍爱文化、珍惜文物，增强全社会文物保护意识，加强文物保护单位利用，让历史文化遗产焕发新光彩，以讲好源远流长的中华文明史。

景区门票减免利长远 二次消费定价要合理

■李英锋

近两年来，全国多地陆续推出景区门票减免活动以提振文旅消费。部分景区门票免费后，收入不降反升。按照传统的门票依赖或门票经济思维，这似乎是一种反常的现象；但以“大旅游”“新旅游”或深度旅游的视角进行观察，这种现象却是正常的，符合旅游市场发展的规律，符合游客的需求和旅游产业发展的需求，具有明显的多方共赢属性。

部分景区在门票免费后收入不降反升，是破除门票依赖的有益实践，蹚出了旅游发展的新路径，具有非常积极的示范引领意义。

一直以来，不少景区高度依赖门票收入，把门票收入当作主要收入来源，始终保持着较高的门票价格。但门票价格具有矛盾性，如果门票价格偏高，势必会加重游客的旅游负担，在一定程度上影响人们的出游意愿。一些景区转变观念，在门票收入上做减法，在综合旅游效益上做加法。

近年来，游客的旅游理念在不断转变，很多游客已经不再满足于到某景区纯观光、纯打卡，而是倾向于综合体验、多元体验、深度体验。如果景区能够以门票降费、免费等方式降低游客的进园门槛，并顺应游客的旅游新需求，积极开发旅游二次消费产品，不断丰富游客的消费选择，提升游客的旅游质量和体验，就会吸引到更多游客，促进多元消费。部分景区在门票免费后的收入不降反升，有力地印证了这种旅游发展模式的合理性、有益性，印证了破除门票依赖不仅有利于景区的狭义发展，也有利于与景区关联的交通、餐饮、住宿、购物等产业的广义发展，有利于地方的综合发展。一些地方对减免门票费的景区提供补贴，是非常值得的。

部分景区在门票免费后实现收入不降反升，让我们看到了旅游市场从门票经济的旧赛道切换到新赛道的路径和希望。在新冠肺炎疫情防控常态化背景下，部分景区门票免费能够取得如此效果，着实不易，也彰显了以降低旅游门槛促进旅游新消费的吸引力和生命力。随着疫情防控取得越来越好的效果，这一旅游新模式的正向效应也将进一步显现。近年来，国家发改委已经主导了多轮景区降价行动，期待各地景区能够由部分景区门票免费的积极效应，催生出门票降费、免费的“内动力”，在破除门票依赖上拿出更大诚意、迈出更大步子，把创收心思更多用到多元开发旅游产品上、保障旅游服务质量上、提升游客旅游体验上。

需要强调的是，景区在首道门票降价或免费后，对相关二次消费产品的定价也应做到公平、合理、诚信，严格遵循明码标价等法律规则，严控变相涨价、无序涨价。对此，文旅、市场监管等部门也应加强监督，规范景区营销行为，确保景区门票减免真正给游客带来实惠，给旅游市场发展注入更健康、更强劲、更持久的活力。

记分新规

4月1日起，《道路交通安全违法行为记分管理办法》将正式施行。

新规对现行记分项目进行了增减，还对部分项目的分值进行了调整。

新华社发 商海春作



微言微语

商家私下对顾客贴标签，妥当吗

■背景

近日，有部分网友爆料称，海底捞存在私下给顾客贴标签的现象。这些标签不但包括顾客喜好的菜品、个性需求甚至还有体貌特征等。海底捞回应称，此举是为了提升服务质量，但已明确禁止对客户的体貌特征进行备注。一些网友觉得这种内部备注无可厚非，有助于为消费者提供个性化服务；也有网友认为，个人隐私受到了侵犯。

④何煜馨：了解并记录顾客的口味偏好和个性需求，有助于向顾客提供更

精细化和有针对性的服务，同时也可以减少和顾客之间的沟通成本。但是，收集顾客的信息需要有边界。越界的信息收集和记录，是让海底捞顾客感到不愉快和被冒犯的原因所在。

⑤蒋萌：什么事情一旦被“标签化”，就容易产生刻板印象。很多人反感被他人贴标签，更是担心被误解，会给自己带来不良影响。有一种声音认为，商家为顾客“画像”有存在的意义。记下顾客的喜好和脾气秉性，有助于商家更好地为顾客提供个性化的服务。问题是，谁能确保记录客观准确、执行不会跑偏？

⑥薛敏：贴标签的过程完全由商家主观判断，个性化服务不留神就会演变为差异化措施。若收集和记录顾客信息演变为“杀熟欺生”，从而产生服务歧视、价格歧视，那么这样的信息收集就有违提高服务质量的初衷。

⑦王嘉森：在个人隐私信息随时可能会被泄露的社会语境下，消费者对个人隐私信息保护的需求紧急而又迫切。备注顾客信息，既要遵循相关法律法规，也考验商家智慧。对商户来说，在获得信息授权后，对顾客的个人信息数据保护要更上心，要避免备注不当、泄露、滥用等情况发生。