

热点追评

7月30日,有网友发布视频称,游客在西藏日喀则G349国道卡若拉冰川路段停车拍照时,遭到疑似景点保安阻拦,受到网友关注。7月31日晚,江孜县文化和旅游局通报称,该问题属实,为此向游客致歉,联合工作组对景区经营企业和相关责任人依法依规进行了严肃处理,对以上违规行为坚决取缔、全面整顿。

8月1日光明网

游客国道看风景被收费确实太离谱

苑广阔

今年暑期,国内旅游市场确实火爆,很多景区都出现了一票难求的局面,但是相应的,围绕国内旅游的负面新闻也不少。尤其是部分景区景点拿大自然的馈赠当成私有财产,把国有资源当成自家后院的,更是引起了公众较大的质疑和诟病。包括黄河壶口瀑布陕西一侧修建围墙阻挡瀑布风景;云南曲靖市罗平县九龙瀑布群风景区在公路边用围栏遮挡风景等,都被媒体曝光,并且引发了网友普遍质疑。

这样的做法,确实极不妥当,不管是从法理上还是从情理上,都站不住脚。不过值得肯定的是,这些地方的做法在被媒体曝光,引发质疑与批评之后,也都采取了积极的整改措施。比如记者7月2日从陕西省宜川县黄河壶口风景名胜管理局获悉,壶口瀑布陕西侧沿线500余米“安全墙”已经拆除,可以说实现了“还景于民”。而云南省罗平县有关方面也公开表示,未来考虑拆除围挡。

知错能改,善莫大焉,但是仍

旧有个别的景区景点,仍旧选择逆潮流而动,让人遗憾。位于西藏日喀则卡若拉冰川景区,竟然让自己的安保人员公然在国道上阻止游客停车欣赏风景和拍照,理由是游客没有购买景区的门票。如果说一些景区修建围墙、围挡阻挡游客“偷窥”景区内的风景已经很离谱的话,那么西藏这个景区对景区外、国道上的游客收费,更是离谱到了极点。

新闻被曝光以后,有网友调侃道:这是因为卡若拉冰川景区实在太长,太高,否则景区早就通过修建围墙的方式给你挡起来,让开车在国道上的游客看不到了。这样的调侃,未必不是事实,否则景区也就不会明知道让安保人员在国道上驱赶游客的做法会引发争议,却仍旧“明知山有虎,偏向虎山行”了。

此事在网络上引发普遍质疑以后,景区所属的江孜县文化和旅



严勇杰 绘

游局通报称,该问题属实,为此向游客致歉,联合工作组对景区经营企业和相关责任人依法依规进行了严肃处理,对以上违规行为坚决取缔、全面整顿。这样的态度值得肯定,不过正如网友所属,该景区工作人员在国道上驱赶游客的做法,估计存在不是一天两天了,当地文旅部门为何非要等到事情闹到网络上才出面干预?这是不是一种行政不作为?

不管怎么样,这样的事情不能继续发生了。尤其是在国内一些著名的景区景点,包括杭州西湖、济南大明湖、桂林象鼻山、三亚天涯海角等纷纷开始免费开放的当下,以墙挡景,拦路收费的做法,完全就是与潮流背道而驰,只值得警醒,不值得效仿。

“坐地圈钱”不如迎合体验

丁慎毅

前有一些景区“围墙挡景”,在被曝光之后,大都采取了积极的整改措施。或许卡若拉冰川景区接受了“围墙挡景”的教训,干脆也不筑墙了,直接把景点保安派驻G349国道,禁止游客停车拍照。目的很明确,不到景区买票,就不能在外面拍照。

从“围墙挡景”到“站在国道上看风景需要收费”,可见门票思维的固化有多深。如果客机经过这个地区,难道为了卖票还要让工作人员上天拦截飞机不成?

随着收入水平提升和旅游观念转变,相当一部分游客不再仅仅只是打卡“到此一游”见见世面,而是有了更多期待,期待能够在旅游过程中有更深度的体验感。与其“站在国道上看风景需要收费”,不如在国道两边宣传景区有哪些独特的体验项目来吸引游客到景区去。景区与其收门票,不如延长旅游产业链,做好配套旅游服务,提高旅游产业的综合收入。

有相关研究表明,旅游产业链

产生的综合效益是门票价值的约7倍。文旅消费的新蓝海,着眼点应从以往旅游度假的生活,拓展到中国现代化背景下现代人的整个生活,围绕人的生活方式转变做好供给侧的改革,引领更宽泛的文旅新消费。所以,国家发改委发布恢复和扩大消费二十条措施明确指出:鼓励各地制定实施景区门票减免、淡季免费开放等政策。支持不同区域景区合作推行联票模式,鼓励景区结合实际实施一票多次多日使用制。这就要求景区必须在创新上下功夫,不能再抱有“躺赢”的想法,继续停留于过去“坐地圈钱”的观光游,而应勇于破除对门票经济的依赖,延长旅游产品产业链。

就监管部门而言,景区经营也要反垄断。要不断完善公平竞争审查制度,防止景区制造垄断地位损害游客利益。比如,媒体报道的一些景区摆渡车让游客“被自愿”的问题,本质是还是门票思维的延伸。同时,监管部门要当好“店小

二”,通过降低制度交易成本,帮助景区解决各种难题,让景区想转型、愿转型、能转型,让游客体验从“有没有”走向“好不好”。

就景区而言,必须坚持以文塑旅、以旅彰文,以科技赋能,在景区内打造沉浸式全新体验的新场景、新业态、新产品、新服务,逐渐让门票经济成为历史。科技创新、文化创意等正在取代传统的自然、历史和人文资源,成为现代旅游业发展的新动能。景区要从要素驱动转向创新驱动,把文旅融合和科技赋能提到更高的位置,把景区打造成一个独具个性的文旅超市,让游客进来各取所需。谁见过哪个超市向消费者卖门票?反而是超市以各种优惠活动吸引消费者。

总之,如今正进入泛旅游时代,这个时代的主旋律是“综合消费体验经济”,其综合效应开始超过旅游产业链效应。各地要从景区各自为战,转向景区之间的联合互补,把景区串联成文脉,通过游客的综合消费体验,让大河有水小河满。

三江热议

医院发冰淇淋让“医患关系”融于细节和温情

郭元鹏

近日,本报记者采写的《止痛又营养!宁波这家医院给术后小患者发冰淇淋?》受到不少读者的关注。在宁波晚报抖音号和视频号上,网友也互动热烈。

8月1日《宁波晚报》

为小患者发放冰淇淋的医院是宁波市第二医院。这家医院的冰淇淋并不是普通的冰淇淋,而是一种特制的,对患者恢复有益的冰淇淋。这种冰淇淋采用的是儿童全营养粉可以帮助患儿术后补充营养,稀奶油则是可以让冰淇淋奶味更浓郁,口感更好。考虑到术后孩子们不能吃太甜的东西,冰淇淋里没有放糖。

一个小小的细节,展现的是“温情的医患关系”。冰淇淋是小朋友的最爱,尤其是住院的小朋友们,自己患病了,也会缠着家长想在病床上品尝一下冰淇淋的味道。于是,这家医院结合儿童患者特点,结合儿童患者饮食需要,特制了“适合孩子吃的冰淇淋”,而且这些冰淇淋都是免费提供的。这样既可以让孩子安心看病,还能满足他们味蕾诉求,可谓是一举多得。

孩子看病的时候,大家都知道一种情况,那就是不安、哭闹,就连父母也没有什么办法。而有了医院免费发放的冰淇淋,就能最大程度的纾解孩子的焦虑等心理。冰淇淋值不了几个钱,而我们看到的却是和谐医患关系的美好。

实际上,目前有不少医院都在探索“儿童治疗”的“另类路径”。比如,广东一家医院,对儿童就医区进行了改造,打造了一批“不像病房的病房”“不像诊室的诊室”,纾解了儿童患者的焦虑;比如,也是在广东,一家医院尝试开展了“儿科医生不穿白大褂”,而是穿上同样可以有防护作用的其他颜色的衣裳,也让小患者减少了恐惧心理;还有某地的一家医院的儿科医生,个个都是“讲儿童故事的高手”,在给患儿治疗的同时,更耐心、更细致、更周到,一边给孩子讲故事一边治疗等等。

以上这些,都是和谐医患关系的典型。既让医疗服务多了温情、温暖的色调,更让医患关系得以美好。就拿“医院发冰淇淋”来说,就引发了市民的广泛认同,勾起了大家的童年回忆。网友“萌天下”说,小时候做扁桃腺手术,医生让家长给买冰淇淋吃,那时候的想法是最好分两次手术,就可以多吃点冰淇淋……

服务无止境就是这个道理。医院发冰淇淋,让“医患关系”融于细节和温情,这个“医患关系”的味道很可口。