

呼唤“升级版”的黄金周

国庆长假已经落幕,这个假期景区拥堵、游客滞留、交通不畅再次成为人们抱怨的焦点,而且较往年有过之而无不及。黄金周变“黄金粥”,出门旅游休闲沦为花钱遭罪,再次反映出打造升级版的黄金周已经迫在眉睫。

我国的黄金周制度设立于1999年,当时我国的旅游市场还处于起步期,设立长假制度旨在激发人们的旅游、休闲和消费需求。10多年过去了,每到长假各大景区人满为患,交通客流急速增长。然而与井喷式增长的客流相比,各大景区的接待能力、配套设施和服务能力却显得滞后。道路逢节必堵、景区人山人海、吃饭住宿“一桌(床)难求”、甚至连如厕都排起长龙阵,成为长假里的一大奇观。游客怨、景区难、政府忙,这样的黄金周不仅让参与各方都苦不堪言,而且旅游质量难以保证,公共安全隐患重重。

目前我国已经成为世界最大的国内旅

游市场,国内旅游规模年逾26亿人次,权威机构预测,到2020年,我国旅游总人次还将以每年9%的速度增长,这意味着未来黄金周的考验更加严峻。要想避免黄金周成“黄金粥”,还需尽快打造升级版的黄金周。

打造升级版黄金周,亟须政府加强引导督促,落实带薪休假制度。尽管我国带薪休假条例出台已经5年,但落实率不高。绝大多数群众依赖法定长假集中出行,这就导致短期出游人数爆发式增长,景区难以负荷。需要靠落实带薪休假制度分流错峰。只有人们不再紧盯一年一次的国庆长假,出行时间更加自由多元,才能有效缓解黄金周人山人海的压力。

打造升级版黄金周,需要各级政府提高公共服务水平。目前,景区线路设计不合理、产品创新不足、基础设施薄弱的问题严重。政府应该在协调、规划、投资等方面切实履行职能,充分利用现有的城乡旅游资

源,创新管理模式,做好旅游资源的整合,完善交通、住宿、消费等配套设施,为国民提供休闲旅游的的必要条件。

打造升级版黄金周,需要主管部门和景区推行精细化的管理措施。虽然刚实施的《旅游法》对景区最大承载量、游客总量控制等方面都作出规定,但从今年“十一”黄金周的情况看,多数景区依然超载接客,并未采取相应的预警措施。面对逐年增长的客流,有效的预警机制可以减缓黄金周的的压力,如:提前公布主管部门核定的景区最大承载量,制订实施游客流量控制方案,推行门票预订方式,科学合理地疏导客流。要做到这些,还需要相关部门和景区抛弃“门票依赖症”,注重长远的可持续发展。

如果说前10多年是黄金周的摸索期,是旅游消费的培育期,那么现在该到了全面总结改进的提升期。人们迫切期待升级版的黄金周!

(新华社记者 杨玉华)



“刀架脖子”

不应成为香格里拉“一景”

香格里拉以纯净的天空和美丽的雪山而闻名,被称为“人间天堂”,游客怀着对香格里拉美丽风光的憧憬和向往乘兴而去,却遭遇了这个美丽地方极不相称的“野蛮导游”、“惊魂旅游”而败兴而归,实在让人震惊!竟敢“刀架游客脖子”的导游,与“此山是我开,此树是我栽,要想从此过,留下买路财”的“山大王”又有何异?曾有女导游自曝导游职业的肮脏黑幕——为金钱不顾一切,此前不信,于今我信了。

当“野蛮导游”横行于香格里拉,采取“刀逼游客”式的强制消费,把游客当成争取自身利益的筹码,游客心中那个梦幻般的“人间天堂”,就会瞬间变成“地狱”,损害的必然是游客的合法权益,也损害了当地旅游部门的形象及当地旅游业的长远发展。正如网友所言:那么令人向往的地方,竟然被某些不法之徒玷污成这样,她残存的魅力还有多少?上了旅游大巴就像上了“贼船”,以后谁还敢去啊?

引人深思的是,导游怎么会成为景区“山大王”?谁给“野蛮导游”提供了生存土壤?据新闻报道,当记者和其他游客一起去迪庆州旅游局投诉时,该局执法人员答复:“是你观念不对,你按这个价钱一交,谁都不赶你。”见游客拍摄录音,一执法人员勃然大怒:“不删掉我就拘留你!”“像你这样的滚蛋,永远不要再来香格里拉!我敢说这句话,我就做得到!”

据报道,迪庆已对涉事旅行社罚款10万元,停业整顿1月;调离相应执法人员;吊销涉事导游证件。如此处罚不能“伤筋动骨”。冰冻三尺非一日之寒,如不从制度上斩断深层利益链条,“刀架脖子”逼人花钱的事还会发生。因此迪庆必须查清那笔“藏民家访费”到底是笔什么费,旅行社与旅游局是否有利益输送关系,是否有侵犯游客利益的“共谋机制”,事件背后有着怎样的分配格局。清除害群之马只是第一步,斩断利益勾连、约束执法者的公权力,终结放任自流式监管,才是关键。

(何勇海)陶小莫/图

@微评@

@新华视点: 国庆长假过去,不少人后悔不迭:这里是旅游?简直像逃难!尽管可能发誓再也没下次了,但下次估计依然故我。不希望有多少人能礼让黄金周,却希望政策有调整。比如,恢复“五一”黄金周可否?这样,每个黄金周出行的人可能减少一些。别无他法,这招也许可行、有效。

@人民日报: 进山先掏一百八,想看再掏一千六,出门玩变成“被人玩”,又何必庐山一家?“票外票”屡禁不止的背后,是门票经济的逐利驱动、利益主体的画地为牢。高额票价,换来了短利,吓跑了游人,与杀鸡取卵何异?旅游业不是门票业,破除利益短视,做强服务链条,让游人真正玩起来,旅游才能火起来。

@新华视点: 国庆长假处处人头攒动,于人山人海之间要保持一份优雅与修养着实不易,但这并不能成为纵容不文明行为的理由。大好河山本属人人共有,自天南海北而来共处一地同赏美景亦是佳话,如果因自己行为的一分不当而造成他人的不快,与人不便、于己不悦,那便与休闲活动愉悦身心的初衷背道而驰。

@新华视点: 公路“免费”是好事,怎么把好事做好,就得讲究方式方法。用一刀切的方式在短短几天免费通行,鼓励“一股脑儿”式出行,恐怕惠民的效果得大打折扣。高速公路免费如何科学有效,管理者应作进一步探索,比如是否可以发放“免费通行券”,每辆车每年享受一定公里数的免费通行额度,而时间则自由把握,是否更合理?

不经意的泄露



经常坐火车出行的人们,在拿了火车票用完后多半喜欢随手一丢。但是现在火车票都已经实名制了,上面有个人信息,比如,姓名、身份证号码等。这样一个小小的纸片正在成为一些专业“收票族”手上年利的工具,每转卖一张就能赚取15元,而且量大从优。

(插图 朱慧卿)



十大“忽悠”

不少消费者在网上了解相关产品品牌信息时,网上各种版本的“十大品牌”,往往让消费者眼花缭乱、无所适从。“十大品牌”究竟是谁评的?有多少权威性?其背后隐藏着怎样猫儿腻?记者在北京、济南等地进行了调查,发现“只要给钱,谁都能评上‘十大品牌’”。(10月7日《新京报》)

“十大品牌”此起彼伏,造假之风屡禁不绝,“十大驰名商标”“十大老百姓依赖品牌”等都是假的,但是商家却在大肆宣传,有的甚至在店里还摆了这样的证书,为何没有监管部门去查?这种颁证过程明显带有商业交易,扰乱市场秩序的性质,涉嫌虚假宣传,相关部门却置若罔闻,是否属于失职渎职,对于这种行政不作为,应该追责。

从多年前风行一时又被取缔的牙防组,到如今泛滥的“十大品牌”,品牌认证行为在中国的市场上一直处于一种空白定义的区域,使得李鬼频出,虚假认证、颁证成为难以医治的痼疾。因此,由政府制订出行业规则和标准,对违反规则的机构和企业加以处罚,由市场自由竞争形成一个或几个企业和消费者都信得过的第三方评价机构,独立、非盈利、公正地来发布具有指导意义的品牌评选榜单,为消费者提供可靠的排名依据和消费参考,维护公平、公正的市场交易原则,切实维护消费者利益,创造中国真正的品牌,刻不容缓。

文/王丽美 图/赵顺清

禁售方便面为环保还是为卖高价盒饭

安徽黄山风景区的各个经营点按景区管委会要求全面停止销售方便面,此举近期招致游客和网友热议,被质疑为了“推销盒饭”。黄山风景区管委会6日回应:禁售方便面旨在避免大量的方便面包盒、残留物给风景区生态环境造成破坏。(10月7日《京华时报》)

黄山风景区称,禁售方便面是因为销售方便面给黄山的保护带来三方面的压力:一是盒装方便面封盖的铝箔纸难以焚烧,留在山上日积月累成为难以处理的污染物;二是残羹大多倾倒在游览道的两侧、松树旁、悬崖下,造成沿途土壤盐碱化,植被受破坏现象严重;三是残羹被山上的松鼠、鸟类等过量食用后呈“半饲养化”,对黄山的野生动物保护以及整个生态系统的良

性循环十分不利。

然而,这其实都可以通过加强管理而化解。比如,铝箔纸可以单独收集后,运至山下处理。比如,一方面配置残羹倾倒的设施,一方面防止游客随意倾倒。而且,既然现在“对在旅游高峰时游客自带的方便面采取定点冲泡、定点食用、定点回收的管理。”这样的管理模式,也完全可以用于商店出售的方便面。

当然,如果确实是从环保的角度,再严格的措施也不为过,即使这于游客来说,确实造成了不便,也应该予以理解。而现在的问题是,据黄山景区内商贩们称,景区在山上禁售方便面,是为了卖45元的盒饭。这就让禁售方便面,显得底气不足。

其实,游客们也并非特别“钟情”方便

面,很大程度上,也不过是为了节约。显然,与方便面相比,45元的盒饭,实在是昂贵了一点儿。虽然现在吃得起的人不少,但当一张门票已经开销180元,更多的人,恐怕只能以吃方便面作为“弥补”。于是,虽然风景区里禁售,却无法阻止人家带进风景区,环保面临的压力也依然存在。

因此,如果真是为了环保,那么,对于方便面,不能止于禁售,而是让更多的游客主动选择不吃。换言之,让游客们在风景区里可以吃到更多价廉物美的食品。显然,如果盒饭依然“坚挺”地保持45元一份,那么,禁售方便面,只能让人怀疑,是以环保的名义“卖45元的盒饭”,这显然是环保的不能承受之重。

(钱凤伟)