

“摘牌风暴”来袭 A级景区“有进有出”将成常态

►自7月底文化和旅游部对乔家大院等7家质量严重不达标或存在严重问题的5A级景区予以处理后,各省区市纷纷展开对4A级及以下景区的复核检查。截至10月15日,全国共有261家A级景区被处理,涉及127家4A级景区,其中,23家4A级景区或申请退出评级或被“摘牌”。当“有进有出”“少进多出”成为常态,A级景区品质如何保障?

A级景区行业整治持续“加码”

记者梳理发现,在各地被处理的A级景区中,除了存在游客中心功能不健全、管理人员不足、基础设施简陋、标识系统不完善、安全隐患突出等共性问题,还有多家景区已丧失文化属性和服务功能、沦为纯商业机构,甚至停业成为“僵尸景区”。

“如果不是特意去了解,我压根不知道这是个景区。”家住中韩边贸城附近的山东威海市民周海告诉记者,中韩边贸城是近几年才出现的商业街区,

大多数当地人都不知道这是“4A级景区”。周海说,整个边贸城环境比较一般,各类商店也没有太突出的特色,只有外地人来威海旅游会被大巴车带过去买东西。“取消A级景区完全可以理解,景区应该提供更好的旅游服务。”周海说。

记者拨打浙江被“摘牌”景区的电话,几乎都处于无法接听状态。浙江省文化和旅游厅资源开发处处长林卫兴告诉记者,浙江4家被取消等级的景区,

一家停业1年以上已名存实亡;其他3家景区已拆除大部分旅游配套设施和休闲娱乐项目,旅游功能基本丧失。

业内人士指出,“摘牌风暴”席卷各地,体现了地方在权限内“刀刀向内”,不护短整治旅游景区的决心。

中景信旅游投资开发集团总经理助理方言认为,这种“有进有出”的动态化、常态化的退出机制今后将成为行业管理的基本逻辑,甚至将来有可能出现“少进多出”的情况。

多重问题导致A级景区“有量缺质”

近些年,国内旅游业迅速发展,A级旅游景区数量不断增长,截至2018年年底,我国A级旅游景区数量已达10300多个。但不少受访从业者表示,自4A级景区评定权下放至省级旅游主管部门,部分地方政府为提升政绩表现、提高经济效益,在旅游景区评级上把控不严,致使当地A级景区数量增长与质量提升速度不匹配。

山东大学文化和旅游研究中心主任王晨光曾参加编写《山东省A级景区自由行手册》,其中收录了四五百家3A级景区。他说,客观上讲,这些3A级景区的管理水平良莠不

齐,它们的评审权被下放到了具有优秀旅游城市资质的市、县。“虽然监管上的确更灵活了,但各个地方对A级景区的标准尺度把关各异,导致景区管理比较混乱。”

此外,社会资本大肆涌入旅游行业,不少旅游项目开发商只关注产品输出,各旅游平台则热衷于争夺流量,旅游价值扭曲、信息不对称等问题进一步加剧了旅游资源错配现象。

四川省文化和旅游厅资源开发处副处长刘朝禄坦言,此次被摘牌的自贡釜溪河文化博览园旅游景区在创建之初,地方为了创A级景区,给予大量投

入。“但景区后续交给公司经营后,服务人员的服务态度、意识跟不上游客需求,景区服务中心无人值守,造成游客越来越少,形成恶性循环。”

而多头领导和条块分割现象也为旅游行业管理带来难度。以浙江普陀桃花岛景区为例,目前景区仍存在多个管理主体,4个景点成为4个景区对外营业,各自为政,缺乏整体性和统一性。

部分受访人士认为,面对景区存在的诸多问题,不仅要处罚,更重要的是惩戒之后要有调控机制,为景区提出建设性建议与系统化指导。

“摘牌”成旅游业转型升级新契机

“旅游已成为消费市场的‘刚需’,旅游业的供给侧改革不能再是计划经济的标准,必须正本清源,为消费者提供更好的旅游产品和服务。”王晨光说,摘牌可成为推动旅游业转型升级的新契机。

林卫兴认为,当前人民群众的旅游消费需求已从“有没有、缺不缺”转变为“好不好、精不精”。从长远来看,旅游景区必须要站在游客的角度思考如何增强有效服务供给,保障和提高游客体验度和舒适度,为旅游景区可持续发展提供有力支撑。

方言认为,旅游景区

苦练内功需要从三个方面入手:开发迭代业态和产品让景区不断有“噱头”;拓展线上线下营销渠道让景区不断有“响头”;提升景区各方面专业化管理水平让景区不断有“劲头”。他建议,景区可利用10月以后的旅游淡季,将“冬歇期”内化为“整顿提高期”,积极展开自我诊断、自我解剖、自我纠错。

而行业主管部门也将不断加强动态化、常态化监管。广东省文化和旅游厅相关负责人表示,今后将继续落实景区暗访的长效机制,以问题为导向,督促景区进一步提高经营管

理水平和服务质量;四川则在推进全省A级旅游景区文旅融合发展标准化进程,目前《四川省A级旅游景区文旅融合发展实施办法》已完成初稿,待进一步修订审定后实行。

还有业内人士建议,旅游景区质量提升需要行业内外协同、协调和协作,如向专业机构、研究机构“借智”寻求技术支持,向新闻媒体、社会公众“借力”将舆论监督、投诉建议及时转化为改进措施,形成多方支持、全民参与的良好氛围,将“行业的事”变成“大家的事”。

据新华社

只要速度不要质量? “打卡式旅游”你怎么看

“打卡式旅游”已成为一种新的旅游方式。所谓“打卡式旅游”,就是以到达旅游景点为目的,在不同景点之间快速穿梭,进行走马观花式的旅游,并拍下图片、视频发到网上,随时记录旅游过程。上周,中国青年报社社会调查中心联合问卷网(wenjuan.com)对2000名受访者进行的一项调查显示,81.1%的受访者表示身边有不少人热衷“打卡式旅游”。57.1%的受访者觉得“打卡式旅游”只为获得别人关注,旅游体验单一,42.4%的受访者觉得这样可以在有限的时间内尽可能看更多的景点。

81.1%受访者表示身边不少人热衷“打卡式旅游”

85后蔡阳(化名)是个旅行博主,今年国庆假期,她和朋友一起去了云南旅行。“我旅行时喜欢慢节奏地游山玩水,这样可以有更多时间感受旅游地的文化和魅力。”蔡阳认为,“打卡式旅游”像是一种快餐文化,“感觉他们的旅游更像是在赶任务,到了一个景点匆忙看看,拍个照就赶往下一个。”

调查中,81.1%的受访者表示身边有不少人热衷“打卡式旅游”,其中22.2%的受访者表示有很多,58.9%的受访者觉得比较多。

在大连上学的袁婧觉得,热衷“打卡式旅游”的人,把旅游当做一种炫耀,所以会很在意自己在朋友圈发的照片。“这样旅游,很有可能到头来根本不记得自己究竟去了哪里。”

调查显示,喜欢“打卡式旅游”的受访者占30.7%,60.7%的受访者喜欢深度旅游。交互分析发现,00后中喜欢“打卡式旅游”的人最多(42.5%),然后是90后(33.7%)。

57.1%的受访者觉得“打卡式旅游”只为获得别人关注,旅游体验不好,55.5%的受访者觉得这样的旅行浮于表面,没法深度感受景区魅力。

也有不少受访者对“打卡

式旅游”表示认同,42.4%的受访者觉得这样可以在有限的时间内尽可能看更多的景点,39.4%的受访者觉得可以发掘和分享更多新奇的旅游景点。

“拍照‘打卡’也是一种记录的方式,只不过现在有很多社交平台,让人们有机会把旅行照片分享给大家。”在北京上学的95后安梦(化名)觉得,“打卡式旅游”是一种正常的现象,“我也会把别人分享的好吃、好玩的地方,列为自己的旅行目的地,去过以后再拍照分享出去。”

袁婧觉得,景区文化缺乏“灵魂”是“打卡式旅游”现象出现的原因之一。“比如有的地方因为拍了某个影视剧,带火了一些景点,但这些景点和其他地方的其实没什么两样。还有一些在网络上火爆的景点,可能就是入口设计得好,其实里面没什么好玩的。”

对于“打卡式旅游”出现的原因,62.1%的受访者归因于生活节奏快,休闲放松时间有限;60.3%的受访者归因于景点拥挤,没有办法深度游;42.1%的受访者归因于更多新奇的景点被发掘,值得打卡;37.0%的受访者归因于景区开发不足,不能吸引游客深度游。

73.0%受访者觉得旅行时应放慢脚步,感受旅游的乐趣

数据显示,64.0%的受访者认为旅行重要的是开阔视野,增长见识,63.4%的受访者觉得是欣赏风光、感受自然美,61.4%的受访者觉得是休闲放松、舒缓压力。

“旅行在于释放压力,所以要选择让自己舒服的方式。‘打卡游’也好,深度游也好,关键在于是不是在这个过程中获得了快乐。”广州某高校学生许鹏觉得,旅游方式不重要,只要自己喜欢就可以。

袁婧觉得,要想让大家有更加丰富的旅游体验,应该有更多高质量的景点。

提升旅游体验,73.0%的受访者建议尽可能放慢脚步,感受旅游的乐趣;61.3%的受访者建议合理地规划景区建设,开发有特点的景点;61.2%

的受访者建议出发前做攻略,规划好行程;43.2%的受访者建议提高旅游服务水平,让游客更愿意在景区中停留。

相比于旅行时的速度,蔡阳更加在意旅行的质量。“我觉得旅行的过程是最有意思的。旅行时就应该好好看看美景,品尝当地的美食,在街头走一走,感受当地人的生活,让自己短暂地远离生活的喧嚣和烦恼。”

“每次要出门前,我都会上网搜索别人的旅行日记、攻略,这让我对即将去的地方更加憧憬和期待。”安梦觉得,如果按照攻略去一个个景点“打卡”,有一种成就感,即使一些景点没有预期中那么好,也不会觉得失落,会当作旅途中的另一种体验。据中国青年报