

今后三年,全国共新建旅游厕所3.3万座,改扩建旅游厕所2.4万座,其中2015年,全国新建旅游厕所1.3万座,改扩建旅游厕所9500座。

旅游厕所革命要闯三关

□本报记者 姬薇 文/摄

俗话说,人有三急,这第一急就是上厕所。

尤其出门旅游,厕所是人们必找的地方。如果遇到人多排队又内急,真是急上加急了。王女士对记者说:“有次前面20多人排队等厕所,实在等不及了,我冲进了男厕所,老公在门外把守,虽然很尴尬但实属无奈。”

国家旅游局局长李金早年初在全国旅游工作会议上说,今后三年,全国共新建旅游厕所3.3万座,改扩建旅游厕所2.4

和A级旅游景区评定中,将实行一票否决”。

一场旅游厕所革命拉开序幕。

游客每年如厕超过270亿次

在我国旅游领域,厕所脏、乱、差、少、偏,是人民群众和广大游客反映最强烈的问题,是社会公共服务体系和旅游过程中的最薄弱环节。

作为年接待游客超过37亿人次的旅

国家旅游局副局长李世宏7月17日在大型旅游企业投身厕所革命座谈会上说,正因如此,我们才明确提出“旅游要发展,厕所要革命!”要从旅游厕所革命入手全面推进旅游公共服务体系建设,促进旅游发展和品质提升。要将旅游业培育成为真正让人民群众更加满意的现代服务业,真正建成世界旅游强国,就需要从厕所这类基础事情抓起。

厕所革命的目标是计划从2015年到2017年,三年内全国共新建、改扩建旅游厕所5.7万座,其中新建3.3万座,改扩建2.4万座。到2017年底,全国旅游景区景点、旅游线路沿线、交通集散点、乡村旅游点、旅游餐馆、旅游娱乐场所、休闲步行区等的旅游厕所要达到优良标准,实现“数量充足、干净无味、实用免费、管理收费”。

旅游厕所状况呈地域性特点

记者近日跟随国家旅游局对海南和浙江两省的旅游厕所进行了暗访。记者发现,在海南三亚鹿回头景区的3处厕所都有专人值守;干净无异味;有空调;有应急灯、厕纸、梳子;指示牌齐全。三亚主要商贸购物和海鲜市场的第一市场只有一座公共厕所,由于游客较多,卫生条件较差,有严重异味;瓷砖、墙皮剥落;而且收费一元。

厕所不仅仅是一个用急的地方,也是一个放松、休憩的地方。杭州西湖边上的厕所外形塑造与景区环境融为一体,整体干净无异味,有的实行了物业化管理。但也有缺少母婴室或工作间变厨房的现象。

据了解,目前全国旅游厕所的状况呈现出一定的地域性特点。沿海及经济发达区域厕所较好,中部地区、西南和东北区域次之,西北地区省份靠后。这是因为东南沿海地区雨水充足,城市基础设施较为健全,在新建厕所上具有先天优势。西北地处干旱区,人口密度低,公共设施建造成本高。

记者随后采访了著名旅游专家、北京旅游学会副秘书长刘思敏博士,他说,针对中国人目前的卫生习惯,应更多发展蹲坑式厕所,这样更便于清洁。在“数量充足、干净无味、实用免费、管理有效”的目标中,刘思敏认为干净无味是最难的,对管理水平要求非常高,因为中国人如厕习惯和自觉性还不够好。

厕所革命面临三大问题

虽然厕所革命拉开序幕,但由于我国地域辽阔,各地自然环境和水平差异很大,旅游厕所建设和管理整体水平低、历史欠账大,几千年的传统陋习更是根深蒂固,李世宏总结了目前厕所革命面临的三大问题。

资金短缺的问题。2015年全国新建和改扩建厕所的计划为2.1万座,三年计划为5.7万座,需投入的建设资金数百亿,

目前缺口仍比较大。需要全社会参与,形成浓厚的氛围。因资金短缺引起的问题是厕所数量不足、厕所难找、如厕排队、厕所收费等。

厕所管理问题。厕所“三分建设、七分管理”,目前,各地侧重于厕所建设,厕所管理体制机制还有待进一步探索和完善。因管理不善而导致的主要问题有:厕所内异味较重、厕所蹲位不清洁、设施简陋、没有免费厕纸提供、干手机不正常工作、设备使用不详细、标示图不明确、占用厕所公共空间、厕所环境营造较差等问题。

厕所技术问题。我国厕所建设与管理的技术应用水平总体上仍然比较落后。高寒、山地、水资源匮乏的中西部地区厕所还没有得到彻底解决。“生态厕所”、“沼气化粪池”等技术也未得到广泛应用。许多地方存在旱厕、厕所浪费能源水资源,厕所内部不环保不卫生等现象。

厕所观念要变革

很多人想到厕所,就会联想到难闻的味道。李世宏说,观念要变革。要建立厕所是文明窗口的观念。不应再作为脏乱差的代名词,不应再作为精神和物质的垃圾场,而应成为人们放松、愉悦、享受之地。要像重视餐厅一样重视厕所,要像打理客厅一样打理厕所,要像美化景点一样美化厕所。

专家认为,与发达国家相比,我国厕所建设与管理的技术应用水平总体上仍然比较落后。要结合实际,积极采用新技术、新材料来建设厕所,用科技成果武装厕所,使厕所符合现代时尚、方便实用、节能环保、保护环境等要求,积极采用“生态厕所”、“沼气化粪池”等先进技术,保持厕所整洁,内部干燥干净,无异味。

旅游厕所革命受到了各级领导的重视,习近平总书记就厕所革命作出了重要批示,有将近一半的省市区党政领导作出了批示,各地政府着力推进,纷纷制定了配套制度、专项工作行动计划,体制机制保障制度,加大工作推进力度,全国新建和改扩建厕所已竣工5613座,占全年计划的26.7%,在建的10521座,占全年计划的50.0%。两项相加,超过3/4的厕所已开工建设。

厕所是文明的窗口;厕所状况是一个国家综合品质、综合实力的体现,厕所问题与每一位社会成员密切相关。刘思敏博士认为,厕所与社会的文明程度之间是密切的表征关系,也就是说厕所问题解决的好说明社会文明程度就越高,但不是因果关系,集中精力抓厕所工作可以推动社会文明程度的提高,当文明程度提高了,厕所问题自然就解决了。

旅游焦点



《2015年北京旅游绿皮书》近日发布,北京旅游学会每年都要编撰一本这样的年度报告,在总结已有创新发展的基础上探索着未来发展的措施与对策。

北京旅游市场结构性不平衡

自2005年起,北京市旅游局开始系统地监测北京客源市场的变化,10年期间,累积访问了16万名北京居民,400万个与旅游相关的信息点。通过时间序列方法对40个季度的观察点的分析,发现了北京旅游市场在总量扩大的同时,形成结构性的不平衡。

北京旅游市场结构性不平衡表现在三个方面:出境游的高速成长与出京游的低速成长的不平衡;京郊“一日游”与“多日游”比例不平衡;不同群体参与京郊游程度的不平衡。

这三个不平衡的问题,从消费的视角,反映了消费溢出和消费抑制的问题,深层的问题是产品创新的问题和发展公共交通体系的问题。

专家建议京津冀“区域文化共振”

在《北京旅游绿皮书-2015》里,乡村旅游专家丰小强建议,北京旅游事业,在新常态、京津冀区域一体化、一带一路、515战略等几大利好概念推动下,应结合自身地方特点,超越瓶颈,取得新的突破,实现新的倍增。

他指出,北京旅游应高度重视母亲河(桑干-永定水系)贯穿京津冀,上接草原丝绸之路经济带、下启海上丝绸之路的独特作用,努力挖掘区域文化,积极推动“区域文化共振”,打破一亩三分地,充分整合资源,北京旅游必



专家支招北京旅游

□笑阳



能更上一层楼。

在如何实现区域文化共振上,丰小强举了两个例子。一个是北京西山和晋察冀边区红色旅游的两点共振,一个是北京智化寺、河北怀来土木堡、蔚县王振老家、山西大同镇城战争旅游的四点共振。

专家提出六点建议治理“首堵”

2013年一位年轻的哈尔滨母亲带着8岁的孩子来北京游玩,他们不仅游览了天安门、故宫、景山、北海、鸟巢、水立方、颐和园、北大校园、清华校园,而且游了八达岭长城,比较奇特的是在人人称“首堵”北京的四天旅游中居然没有遇到过一次堵车。

基于好奇,《2015年北京旅游绿皮书》对其旅游轨迹进行了剖析。剖析发现游同样的地点,这一对母子居然要比普通游客在市区

内少走76km,走的距离是69km还不到普通游客的一半,而且出游的时间也都巧妙地避开了交通高峰期。

受此启发,学者对于改善北京旅游交通提出建议,优化游客线路,对外地游客必看的天安门、颐和园等景点实行食住标准化、连锁化管理,将小吃、演艺也纳入整体设计,让游客一次登记流动居住。

研制交通快速查询系统,使游客能快速查询和规划出行路线。增加公共车辆,控制私用车辆,设置智能化红绿灯,根据路口等待车辆自动调节变换时长。节假日增加私家车限号范围。提升出租司机服务理念和文化素质,发挥出租司机的导游和咨询功能。

华夏揽胜

优待券寿终正寝,还景区风清气正

□尹卫国

从7月1日起,北京昌平十三陵景区全面取消延续20多年的优待券,凡入景区参观,无论何人,一律购票。

据悉,旅游优待券源于上世纪90年代初,主要用于公务接待、兄弟景区人员相互走访、参观等,等同于景区门票价值。起初,景区每年开出的优待券数量仅数千张,而去去年攀升至9万张,导致景区门票收入损失500多万元。

取消优待券,等于把“特权旅游”扫进垃圾箱,彰显旅游公平。众所周知,景区是公共资源,入内观光游客一律买票,是起码的公平命题,优待券所“特供”的是少数群体及特殊人物,这是拿公共资源做人情,讨好达官贵人,既损害景区的公共属性,也有损普通游客的利益。

取消优待券,铲除了“旅游福利”的滋生土壤。据报道,十三陵景区的优待券由当初每年几千张,上升至9万张,翻了十几倍,原因何在?除公务接待年年增加外,更多的是景区职工把眼睛盯住这“免费大餐”,凡亲朋好友来景区都要享受优待,一些职工认为,优待券可以优待领导,咱老百姓也应该享受,甚至于有人公然倒卖优待券牟利中饱私囊,致使优待券管理失控,由公务接待的“特权券”蔓延成“人情旅游”“隐形福利”的“通行证”,想割都割不住。由此可见,一种不好的制度、不好的风气所起到的“表率作用”和“鲶鱼效应”。

十三陵景区釜底抽薪,优待券寿终正寝,其意义不仅仅每年可为景区挽回数百万元经济损失,更在于重塑了风清气正的景区新貌。毋庸讳言,优待券“解出”的是免费特权旅游、人情旅游、关系旅游、福利旅游的“腐败蛋”,坏了党风、政风,污染社会风气。能享受特权旅游、关系旅游的,要么是官员;要么是关系户,故特权旅游与公款旅游并无二致,实质都是腐败。而人情旅游与福利旅游,是典型的“靠山吃山”,利用公共资源“自肥”的行业腐败。端正党风,反对“四风”,纯洁社会风气,必须勇毅地向特权旅游、旅游福利开战,坚决荡涤旅游业的特权腐败。

据了解,景区迎来送往馈赠免费旅游由来已久,这种现象不仅存在于北京十三陵,许多景区都有着“异曲同工”,亟待坚决纠正。十三陵景区率先垂范,以勇士断腕精神自割旅游优待券这一“腐败毒瘤”,有标本意义,有着类似问题的其他景区应尽快自查自纠,主动整改。

行游新语

体育旅游“澳洲长跑”受欢迎

近日,世界著名的

马拉松赛事之一澳大利亚黄金海岸马拉松已经圆满落幕。黄金海岸马拉松因舒适的温度和沿着著名的黄金海岸美景的赛道而著名,每年吸引着上万名长跑爱好者参与其中。据统计,今年共计有251位中国长跑爱好者参与其中,比去年同期增长60%，“全民健身热”正在演变为“全民世界健身热”。

众信旅游及时把握游客新需求,推出的“大洋洲-黄金海岸马拉松 澳大利亚6日”游产品带领游客及长跑爱好者参与了这一赛事,得到了游客的一致好评。以此为契机,众信旅游将大力发展“体育旅游”板块,改变世界马拉松赛事一位难求的现状,让更多的中国人跑向世界。

跑步健身已然从星星之火发展成为燎原之势,并且长跑爱好者们已然不满足于仅在国内奔跑,世界级的马拉松赛事成为他们的最新目标。在刚刚结束的澳大利亚黄金海岸马拉松上,众信旅游带领游客分



别参与到5.7公里健康跑、半程马拉松、全马的赛事中去,得到了游客的一致好评。不少游客均表示,在澳洲参加马拉松并不是为了成绩,这种在黄金海岸奔跑的感觉加深了他们对这个国家的感情,不仅仅是欣赏风景,更是感受当地文化。众信旅游澳新

部市场经理玉竹则表示:“这是旅游产品体验度更高的表现。”

而对于团队中资深长跑爱好者来说,这次行程对他们的意义则更为深刻。国际马拉松赛事一般都是采取摇号的形式,而通过众信旅游的澳洲旅游团,则较轻

松松让游客报上了名,大大减少了“跑步狂人”们的等待时间。

除马拉松赛事外,众信旅游还在2014年2月和2014年9月联手中华奥成为索契冬奥会、仁川亚运会中国区唯一票务接待及服务中心,将世界顶级体育盛会和旅游元素相融合,从而更好地拉近中国游客与体坛盛事的距离。截至目前,众信旅游已经拥有足够成熟的经验推出体育旅游系列产品,让中国的游客走向世界体育舞台,见证世界体育盛事。

据悉,众信将正式着手打造“体育旅游”板块,并在日后的日本神户马拉松、夏威夷马拉松等赛事举办之际,推出更多的体育旅游产品。与此同时,众信旅游将战略投资具有国内绝对领先的国际马拉松赛事报名权的“来跑吧”。未来,二者将进行深度合作,推出更多的包括马拉松、徒步、骑行等在内的体育旅游产品。(魏文)

图为2014年黄金海岸马拉松现场。

旅游前沿