

不同的景区 相似的商品

旅游纪念品何以告别同质化？

□本报记者 朱林 实习生 黄丽柔

现在仍处暑假旅游旺季，出门在外，在景区买些纪念品是人们的乐趣所在。但如今全国各地雷同的纪念品，却很难激发游客购买的兴趣。那么，旅游纪念品同质化的背后又折射出怎样的问题？针对纪念品同质化的现象，景区乃至景区所在地又该采取怎样的对策？

“全国景点都差不多！”

作为北京市最古老的街区之一，南锣鼓巷林立着各色店铺，周边遍布了各色胡同和名人故居，成为外地游客来北京的必游景点。记者就纪念品同质化现象随机采访了几位游客。即将到西安读大学的天津女孩袁鑫表示，对于那种到处都有的小纪念品，自己并不会买。但如果要给家人朋友送礼物的话，可能会考虑。毕竟这些纪念品不是在她的家乡买的，送给他人更有特殊意义。当被问及对胡同里小店铺的东西有何感受时，和女朋友一起来北京玩的程循浩说：“都差不多，全国景点都差不多！”“都都来了，逛逛呗！反正也没打算买，只是想看一看而已。”程循浩的女朋友说。聊到会买什么样的纪念品时，俩人一致表示：“之前没见过的、比较有特色的、跟其他地方不一样的东西。”

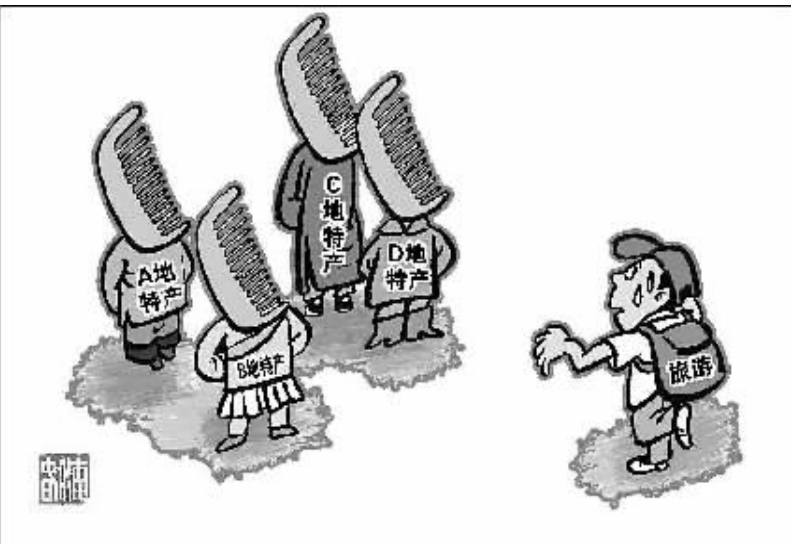
事实上，不仅游客，即便是店铺的经营人员，也认为他们经营的纪念品

大同小异。一位店员表示，各家店铺卖的东西差不多，这是很正常的现象，“整条街卖的东西都没有很大的区别。”说到自己店铺的营销模式，店员笑道：“其实我们并没有什么新颖的模式，其他店铺也一样，大家都是顾客来了就卖，有人来逛就会有人买，我们基本上也不用担心。”

旅游纪念品为啥一个样？

店铺老板的说法为旅游纪念品同质化提供了一种解释。老板杨女士说：“现在的物流很发达，商品运输方面肯定也是很便利，全国各地的商家其实也就差不多了。”在店铺老板看来，旅游商品同质化其实是个见怪不怪的问题，旅游商品同质化也并非他们需要考虑的问题。即便是其他地区或店家有了有特色的产品，他们只需要找到货源，就可以弥补上自己的缺口。在经商者的眼中，利润才是第一位的，旅游商品是否同质化并不重要。天津师范大学旅游管理教研室副主任张建梅教授认为：“旅游纪念品本身具有一定的礼品性、纪念性，这样一个定位，好多旅游目的地认识的不够清晰。”因此，当地旅游纪念品的地方特色往往不够突出。而当一个地方的旅游纪念品失去其地方特色、区域特色时，各地的旅游商品自然会同质化。

“一个地区、一个景区，如果没有深入挖掘当地的文化遗产的话，你的旅游产品没有结合当地的文化，做出来的商品就会跟别人一样，是同质的。那么同质的就是类似的，没有你独特的特点。”天津财经大学旅游系教授



谢芳强调了挖掘当地文化对开发旅游商品的重要性。“旅游纪念品并不是说一些景区、某些地方他自己能够解决的。”谢芳指出，特色旅游纪念品的生产，需要有一些人才，需要新奇的创意。“有些景区的力量不足，他自己创造这么一个旅游纪念品是不可能的。所以说各大学、各学院、当地政府的旅游部门，要精心打造这些东西才行，不是一个人两个人的事。”

同质化的破解之道

故宫文化创意产品的热销给旅游纪念品同质化的大环境带来了一泓清泉。走进故宫文化商品专卖店，柜台里摆放着各式各样的故宫特色的商品，“格格书签”、“车载八旗娃娃”、“御前侍卫手机座”……当记者看到这些“皇家”玩偶时，也爱不释手。据报道，如今故宫的文创产品有7000多种，今年上半年文创产品销售额突破7亿元，已超过去年全年销售总和。故宫文创产品的热销，体现着特色纪念品的受欢迎度。对此，张建梅认为：“旅游目的地开发产品的时候要注意产品的主题性和地方特色。只有地方特色强、主题突出，才能引起旅游者的关注。”谢芳说，“景区挖掘了当地的文化遗产，对于具有特别代表性的东西，需要结合现代人生活的一些理念，用当地的元素和现代人的趣味和消费习惯相结合。”关于如何挖掘地方特色的文化，并应用于旅游纪念品的开发，谢芳提出了产品特制的想法。谢芳在今年7月份曾带学生去贵州调

研，并注意到当地的苗绣。当地苗绣工艺店里，苗绣是可以定制的。想要什么图案，什么款式，都可以根据自己的需求定制。“这也是旅游纪念品，”谢芳认为，避免商品同质化的问题，可以让消费者一边体验一边产品特制。有些小店卖的旅游纪念品，让游客自己设计，自己跟他学，比如在T恤上印图像。这样一来，产品特制的同时又避免了旅游商品同质化的问题。谢芳以苗绣为例，说明了文化基因结合的可行性。“原来苗绣是绣在衣服上的，现在苗绣图案出现在了项链上、银制品等各类旅游商品上，这种文化基因结合就会特别漂亮。”张建梅强调，在开发具有地方特色的旅游纪念品时，还应注意宣传的重要性。因为旅游纪念品的受欢迎与否，跟景区的知名度有很大的关系。事实上，破解旅游纪念品同质化的问题，仅仅依靠商家，甚至景区，都力不从心，还需要政府的支持和配合。对此，谢芳坦言：“以前我们也搞过旅游产品创意大赛，大学都有参加的，出来了不少好的作品，可以作为旅游纪念品。但是许多企业不敢接，接不了，特别需要当地政府、旅游局政策和资金上的支持。”

旅游焦点

导游小费且慢“合法化”

□何勇海

近日，国家旅游局、人力资源和社会保障部、中华全国总工会三部委联合出台《进一步加强导游劳动权益保障的指导意见》，首次从国家层面上肯定并支持推广导游薪酬制。最引人注意的是，《指导意见》明确提出，旅行社要探索建立基于游客自愿支付的对导游优质服务的奖励机制。不少业内人士解读认为，这意味着“导游小费”将被合法化。在国外，游客给导游、司机甚至是服务员支付小费，早已是光明正大、习以为常的事，甚至是服务业的惯例。然而在我国，导游小费一直属于灰色收入。在我看来，即使时至今日，仍然不宜将导游小费合法化。从小

费的本质看，小费是出于顾客能享受优质、高效、快速、满意的服务而作出的“打赏”。可看看我们的导游业，一些导游服务不周不说，还胡乱收费、强迫购物、讥讽谩骂游客，游客还有“打赏”小费的理由吗？这些年，我国部分旅行社也曾“试水”过导游小费制，但终因导游名声普遍不好，而鲜有游客主动支付小费，不得不半途而废。时至今日，支付小费的做法，恐怕仍不能适应我国游客的消费习惯和消费心态，正如很多网友所言：给不给导游小费，是游客的权利，不应该成为一种义务，纵使合法化，游客仍没有这种义务。要让导游小费合法化，先彻底杜绝旅游业的 price 欺诈，杜绝导游变

“导购”以及其他乱象再说吧。有人或许要说，导游有了小费收入，服务就会更加尽心尽力，也就不需在“导购抽成”等方面花太多心思。这种说法实属高估了小费的作用。且不论有多少游客会“打赏”小费，光小费收入就能保证导游的收入正常吗？何况国内游客普遍无支付小费的习惯。再说，“人心不足蛇吞象”，很多导游有了小费收入，恐怕同样要追逐“导购抽成”等灰色收入，尤其是当购物回扣远高于小费之时。这反而增加了公众的旅游成本。除了支付小费后未必能享受到对等的优质服务外，一旦导游小费合法化，甚至还会产生另一种可能：支付了小费，导游和游

客相安无事；不支付小费，导游就会给游客“颜色”，暗示或胁迫给小费，原本基于自愿的小费，会变成变相的强制收费。虽然新《旅游法》明确规定，导游不得向旅游者索取小费。但人在旅途，像自由购物权难以保障一样，小费的给予权，也不一定牢牢地把握在游客手中。小费必将成为旅游业另一团“乱麻”。

在国外，游客是自愿为优质服务埋单，而在国内，导游和游客关系还没有充分实现良性互动，因此，支付小费的所谓国际惯例，可以借鉴，但未必能照搬照抄。要保障导游的劳动权益，使之获得正常的薪酬，还需要真正破解导游无底薪、无保障、无尊严、无身份等深层问题，比如将旅行社应与导游订立劳动合同，应给导游支付劳动报酬，缴纳社保费用等法规落到实处。至于小费，还是让它再“灰色”一段时间，再提上议事日程。

行游新语

品皖风徽韵

□王成家

徽州，为一个文化概念，她包含着过去的一府六县及周边地区。黄山的知名度很高，而更令人怀念的是徽州，黄山仅是一个地名，徽州会有更多的情怀。在车进入黄山沿途看到全是白墙黑瓦的徽派建筑，感觉整个城市沉静淡雅，心里有一种暗暗的激动，在“千城一面”的今天，徽派建筑能一直保持着这样的素雅实属难得，徽州文化是老祖宗留下的，守住青山绿水粉墙黛瓦，整个城市闲散舒适，非常适合人类居住。徽州文化，徽商、徽州历史名人、徽州教育、新安理学、徽派朴学、徽州戏曲、新安画派、徽派篆刻、徽派版画、徽州工艺、徽州刻、徽州文献、徽州文书、徽派建筑、徽州村落、徽州民俗、徽州方言、徽菜……徽州文化是一个极具地方特色的区域文化，内容广博、

深邃。有人比喻徽州似一把巨大的伞，黄山是伞轴，徽州文化是伞骨，优美的自然风光是伞面。若去黄山旅游仅是登黄山，不去了解一下徽州文化，那是很大的遗憾。我去寻访徽州古民居最有代表性的宏村和西递及雄村，徽州天人合一的建筑风格可见一斑。青山，绿水，粉墙，黛瓦，马头墙，自然与人和谐共生。那黑白的屋子外面看上去淡雅明快，里面却幽暗深邃，仿佛在讲着悠悠的岁月故事。宏村，人文风俗和山水完美的融合了，显得那样的和谐和安详，能带给人一种安定的感觉，来到这里你会莫名的感觉到一种倦鸟归巢的感觉，这里是那样的温馨，让人不觉想要在这里安家，想要在这里生活。西递，有着悠久灿烂的传统文，精雕细琢的徽派明清

力破「看海困局」

北京推进海绵城市建设

据新华社电（记者关桂峰）为防范城市内涝，破解逢雨必涝的“看海困局”，北京市通过下凹式立交桥改造、修建扩建调蓄池、铺设透水砖、建设“海绵公园”等手段，推进海绵城市建设。今年汛期，雨水频频光顾北京。仅“七下八上”的主汛期就有18次降雨，其中伴有大风雷电、短时强降雨等的强对流天气就有11次。记者近日探访了北京的一些易积水路段和桥区。8月7日晚，北京市遭遇一次强降雨天气，并伴有大风雷电和冰雹，暴雨造成部分路段、桥区道路阻断、车辆被淹。然而，海淀公园北侧的中关村国家自主创新示范区中心却没有一点积水，雨水很快就通过透水砖入渗，路面恢复正常。

据海淀区水务局相关负责人介绍，这里铺设的砖不是普通砖，而是透水砖，水降下来几秒钟就能渗入地下。在附近上班的北京市民刘世明说，下完雨，路上一点水都没有。2012年7月21日北京地区的特大暴雨导致万泉河桥区积水严重。海淀区于2013年建设“仁创雨水专家系统”工程。提供该解决方案的北京仁创科技集团有限公司董事长秦升益向记者介绍，工程采用“渗、收、蓄、净、用、排”的设计思路，能拦截收集周围汇水区域的雨水，消除下游100米处的万泉河桥下积水。秦升益说，透水砖自身具有保水的同时还接通地气，降低城市热岛效应，等于给大地换上一层“会呼吸”的皮肤。同时雨水经过微孔过滤净化，可有效地去除水体中的污物、杂质等。中关村展示中心绿地还设计了9750立方米的硅砂雨水池蓄存雨水。截至今年6月底，工程累计收集雨水约3万立方米。收集、净化、储存的雨水目前用于绿地浇灌、广场冲洗，得以循环利用。水资源专家、中国工程院院士王浩说，我国北方很多城市，地下水过量开采导致地下水位下降。水泥砖等硬化路面渗水率只有20%左右，其余的水不仅白白流失，还加大了排水管网的排水压力。通过透水砖等将雨水渗透地下，能够起到涵养地下水的作用。专家称，海绵城市，是形容城市能够像海



绵一样，下雨时吸水、蓄水、渗水、净水，需要时将蓄存的水释放并加以利用。王浩表示，在理想的海绵城市中，雨水主要靠城市自身吸收，缓解干旱的同时还能大大减轻排水设施压力。打造海绵城市的核心就是增加城市内的海绵体，如城市绿地、湖泊、蓄水池、透水路面等。

首都北京人均水资源占有量不足100立方米，仅和以色列的人均水资源量相当，长江水北调进京后，北京的水资源紧张局面依旧无法改变。北京市水务局副局长潘安君说，北京今年下半年将新建100处雨洪利用工程，提升应对防灾的能力，满足用水紧张的需求。目前，北京市已建成立交桥下的调蓄池、“海绵公园”、人工湖、集雨桶等共1050处。据北京市水务局统计，今年入汛以来，这些工程设施共收集1200万立方米雨水，相当于6个昆明湖的蓄水量。

在南二环左安门桥东北角，从一座不起

眼的小房子进去，走下楼梯，就发现一片宽阔的地下空间，这里竖立着众多水泥立柱。再往下走，就到了收集雨水的调蓄池。工作人员称，这个调蓄池最多能蓄积10米深的水，蓄积量近6000立方米，达到一定水位后，泵站会自动启动抽升，将雨水排入南护城河，如果降雨再大，其余的水就会流入调蓄池存起来。“在今年的汛期，像左安门桥这样的调蓄池发挥了很大的作用，大大削减了汇水量，减轻了排水管网的压力。”潘安君说。秦升益说，传统城市建设模式，每逢大雨，主要依靠“调蓄池+泵站”等“灰色”设施来排水，今后城市建设应优先利用生态透水材料替代硬化路面，配以植草沟、雨水花园、下沉式绿地等“绿色”措施来排水。

旅游观察



民居，朴实纯美的民俗风情及高超精巧的徽派木雕、砖雕、石雕。雄村，徽文化和曹氏家族文化为特色。到徽州，你会强烈感受到那句“一方水土养一方人”谚语的真谛，这里的山水除了走出了数不清的举人进士状元，还曾养育过思想家程朱、戴震，文化先知胡适，教育家陶行知，一代巨贾胡雪岩，国画大师黄宾虹等，个个如雷贯耳，想要了解这些大家，不可不去一趟。文化是无形的，需要慢慢体会，黄山的美就在眼前，旅行家徐霞客断言“登黄山天下无山，观止矣！”我登山那天看到传说中的云海，黄山感觉仿佛披了一层轻纱，云里雾里，有种朦胧的美，每一棵都很有来历的奇松，傲然屹立石缝之中，那气场足够让人仰视，我感觉到在黄山漫步，呼吸着绝美的空气，仿佛做了一次

身体的放飞。无论是喜欢慢慢品味的老人，或是求知若渴的学子，无论是喜欢攀登的勇士，还是钟爱休闲的文艺青年，在徽州，能找到让你流连忘返的东西。我感觉美不胜收的山山水水，把感叹号留在原地，带着一堆问号回家，我对徽州文化产生了强烈的好奇，我想知道胡适笔下的故乡与我看到的是否一样，想看徽商的杰出代表胡雪岩如何发迹，想窥探庭院深深里那默默等待熬尽青春的女人心事，想去重温臭鳃鱼、虎皮毛豆腐……当行过万里路再读万卷书，那么感觉肯定会不一样。

华夏揽胜



黄山脚下，瑜伽爱好者在练瑜伽。 施广德/CFP

关岛购物节即将开启

本报讯 近日，美国关岛观光局宣布，2015年关岛购物节即将在今年11月1日正式开启，此外，关岛观光局发布了2016年全年活动日历，2016年将举办丰富多彩的活动，全新的博物馆也将开放。据介绍，从2015年11月1日至2016年2月15日期间，前往关岛的游客们将能享受

（魏文）