

境外游防骗之 7条锦囊妙计

见利莫贪图

若对方的一项提议或承诺的服务好得不像真的，那它十有八九是假的。不贪便宜，是防骗第一要义。



警惕陌生人

不要接受刚在酒店、汽车或火车上遇到的陌生人的食物和饮料。

知己更知彼

出发前，了解目的地是否有一些特色骗局。大使馆官网和网上旅游论坛是不错的信源。



提防黑出租

多数出租车司机是诚实的，但还是有司机收费时会耍诈。上前先问价，了解收费标准。

未雨先绸缪

在到达之前查好汇率，并尽快熟悉当地的纸币和硬币。



有备而无患

带一张备用的信用卡或ATM提款卡，以防你的主卡丢失。

慎购贵重物

慎重在国外购买贵重物品，如宝石等，除非你十分清楚该物品的真伪。



资料来源：
摘编自彼得·约翰《环游世界的80个陷阱：基本旅游指南》

策划 兰德华 制图 肖婕妤

河北省旅发大会7月中旬召开

本报讯(记者兰德华)7月3日，记者从河北省政府新闻办召开的新闻发布会上获悉，由河北省委、省政府主办，承德市委、市政府和河北省旅游委共同承办的第三届河北省旅游业发展大会将于7月18日至20日在承德召开。

本届大会以“生态旅游，绿色发展”为主题，以“走进森林草原、尽享生态之美”为口号，旨在打造生态文明旅游新样板，建设国家生态旅游度假区；打造“乐享河北”新标杆，建设国际一流的森林草原自驾旅游目的地；打造全域旅游新范例，推动全域、全季、全民旅游产业大发展，实现乡村振兴、脱贫致富小康。

据河北省旅游委副主任王荣丽介绍，本届旅发大会包括旅游文化推介、项目观摩、旅游产业发展工作会议等3项重要活动。

会议期间，还将举办国家“一号风景大道”新闻发布会、生态文明旅游论坛、《满韵骑风》马秀等一系列相关旅游文化活动。

承德市副市长苏铁成介绍，承德市将围场满族蒙古族自治县、丰宁满族自治县、御道口牧场管理区等坝上地区，作为第三届河北省旅游业发展大会的主承载区，重点发展行宫酒店、特色小镇、飞行基地等旅游新业态，全面呈现“水的源头、云的故乡、花的世界、林的海洋”生态旅游目的地。

社会·旅游

一些普通旅游产品在暑期贴上“游学”标签，摇身一变成了高价产品——

花费三四万，就是到国外高校转了转

本报记者 黄康

暑假来临，如何让孩子们度过一个轻松愉快，又收获满满的假期？让孩子参加海外游学或国内游学活动，正成为越来越多家庭假期的选择。游学，既能旅行放松，又能学习新的知识，开阔视野。针对青少年群体假期的各种游学产品层出不穷，各大旅行社、教育机构等纷纷推出五花八门的游学产品。

近年来，随着家庭收入的增加，以及70后、80后家长对子女教育观念的变化，游学市场增速明显，形成假期游学热潮。“读万卷书，行万里路”，游学热本无可厚非，但同时，游学机构资质参差不齐，一些旅游平台与教育机构推出的游学产品有“游”无“学”，价格畸高，内容注水，加之家长之间盲目攀比，游学市场一片热闹的背后，质量令人担忧。

假期游学成潮流

“近年来，游学市场增长迅速。单就我们平台而言，从2017年暑期及2018年寒假的预定情况来看，报名海外游学的人数增长达到50%，人均团费29000元，而价格更亲民的国内游学的增长是出境的两倍以上，增长达到120%，人均团费在4200元。”携程旅游网游学平台总监张浩告诉《工人日报》记者，该平台的游学业务以每年超过100%的速度成长。

而今年4月份，在线旅游平台携程旅游发布的《2017-2018年度游学旅行市场报告》估算，中国现有K12阶段(即幼儿园-12年级)人数在1.8亿，其中参与游学、夏令营的人数比例预计在5%左右，即多达近1000万人次。《报告》预计，三年内游学、夏令营在K12阶段孩子中的渗透率有望达到10%以上。《报告》还指出，越来越多中国家庭青睐去国外参加游学、营地类旅游。

“我家大女儿，去年暑假和40多位同学去美国洛杉矶游学11天，报名费交了25000元。今年五一又参加了一个国内的游学班去武汉，听老师说全班同学基本都去了。”家住北京市丰台区的闫女士告诉记者，在自己12岁孩子的“朋友圈”中，游学成了一种假期生活的“潮流”，花上几万元钱去海外游学

已经不是什么时髦的经历。在她看来，在家庭经济承受范围内，自己都会支持孩子多出去开阔眼界，“对开阔视野、锻炼语言能力、为以后留学积累经验都有好处。”

而调查显示，无论是国内还是海外游学，孩子的年龄都向低龄化发展。据携程游学产品用户数据，2017年~2018年，用户初次体验海外游学平均年龄在12.1岁，初次体验国内游学产品平均年龄在8.8岁。分别相比2015~2016年度下降0.8岁和1.2岁。此外，根据携程游学暑期订单的统计，3~6岁的学龄前儿童占了13%，7~12岁小学生占31%，加起来占比达到44%。不想让孩子输在起跑线上、以及来自社交网络、朋友圈子的攀比压力都成为促使游学低龄化的重要原因。

高利润诱发“野蛮生长”

游学产品在假期旅游市场广受热捧。然而在采访中，有家长向记者反映，市面上游学产品五花八门，质量却参差不齐，一些产品与前期宣传相差甚远，选产品时也会让人真假难辨、无从入手。更有家长诉苦，花了几万元出国游学，孩子却很不满意，“学”只是到国外高校参观了一圈。

记者查询国内某知名旅游网站时看到，网页上专门设立了“游学”栏目，“东西海岸六大学校14天亲子游学”“宁夏腾格里沙漠6日亲子游学”等国内外各类游学产品让人眼花缭乱。记者粗略统计发现，正在

销售的游学产品超过100种，来自38家不同的供应商。而另外一家知名旅游网站的宣传材料则显示，该平台暑期上线了500多家供应商、1000多条游学产品。游学产品价格方面，从数千元至数万元不等，一些热门欧美国家游学线路，价格普遍在三至四万元上下。而同一类型的英语课堂游学产品，价格相差高达10倍。

“贴上‘游学’标签的产品价格就能涨不少，给孩子花钱家长们普遍大方。”业内人士张亮告诉记者，普通海外旅游产品毛利率一般在5%至10%左右，而海外游学产品则可以达到30%以上，高额利润空间对从业者产生了巨大吸引力。目前，海外游学市场竞争激烈、缺乏标准，大量机构涌入使整个行业呈现出“野蛮生长”的态势。

记者梳理发现，目前市场上主要的游学机构可分为6大类别，即教育培训机构、专职游学机构、旅行社、留学中介机构、公私立学校项目、网络电商平台等。“这些平台各有优劣，有些机构对接资源丰富可在行程安排、安全保障方面却不专业；一些电商平台能聚拢资源推出各类产品，可真正的实施主体并非本身，对产品质量、

效果等环节掌控力较弱。”张亮表示，对于游学和游学机构的范围，市场上并没有给出明确定义，对于游学的实施主体和承办主体尚不明确，以至鱼龙混杂，良莠不齐。

不能“游”于表面

“高品质游学产品在专业人员配备、课程设计、开发当地教育资源等方面的投资成本会非常大的。”新东方国际游学推广管理中心主任刘婷接受记者采访时表示，游学产品本质属性是教育产品，需要高水教育内容设计、专业人员和大量资源投入。但在利润驱动下，一些商家把普通旅游产品加上“游学”的标签，就改头换面成了高价的游学产品，学习效果很难令人满意。

王静(化名)是北京昌平区一所中学的语文老师，她所在的学校每年都会组织各类型国内游学活动。她告诉记者，对于游学，感觉自己学校层面很重视，老师们积极性不太高，学生们也颇有微词。“学校认为，游学项目是办学实力、特色的体现。游学回来后必定制作漂亮的游学成果册子进行展示。”王静表示，实际效果怎么样就很难说了。“一些游学项目，要求规定天数内，完成相应任务单。学生有些疲于应付不说，也少了乐趣，反而成了负担。老师们也觉得，与预想效果有差距。”王静认为，刻意设计一些任务单把游学任务和地方特色靠在一起，有点生搬硬套。科学、专业的个性化设计，才能让游学避免“游”于表面。

据了解，在一些国家，游学领域已经形成了较为成熟的职业规范和体系。在美国，正规夏令营任教的老师需要先参加相关培训和考试再持证上岗。在日本，游学是公共教育的一部分，全国修学旅行研究协会等机构会提供大量专业游学方案和服务。而相比之下，我国游学机构、从业者资质审查和游学内容等则基本处于监管盲区。中国旅游研究院院长戴斌表示，我国可借鉴一些国家关于游学的专门条文出台相关法律法规，对机构资质、服务规范、师资监管等明确规定，重要的是要明确教育、工商和旅游部门的职能范围，建立游学评价指标体系并定期考核，让游学真正体现自身的价值。

视觉中国 供图



旅游税，算的不单纯是“经济账”

梁凡

不久前，新西兰宣布将从下半年开始加入征收旅游税国家的行列；无独有偶，立陶宛也在数日后表示，从7月1日起，该国首都维尔纽斯将成为第三个向游客征收旅游税的立陶宛城市。旅游税，这项源于法国、意大利、德国等国的税种，短短数年间在全球多国“遍地开花”，有媒体甚至认为，“征收‘旅游税’已经成为国际新趋势”(《征收“旅游税”成国际新趋势是合理收费还是薅游客羊毛？》人民网 2018年07月02日)。

在旅游税“走红”全球的路上，对其不满和质疑的声音始终未见停歇。一个典型的质疑是，游客作为旅游地的匆匆过客，凭什么要承担缴税的义务？又能享受相应的权利？在已经或计划开征旅游税的国家或地区，尽

管每位游客需要多掏的钱数不多，但乘以庞大的游客人头数，这无疑是一笔相当可观的财政收入。不过，从各国征收旅游税的理由来看，增收只是手段而非目的，比“经济账”更重要的，是“环境账”“社会账”乃至“政治账”。

表面来看，作为全球第三大出口产业的旅游业比传统的第一、二产业对环境的影响与破坏更小，但细究之下却未必。吸引全球游客的目的地(尤其是自然景观类)往往是此前数千万年间人迹罕至、生态环境原始脆弱的地区，突然间出现的大量人类活动会给当地自然生态带来巨大压力，尤其是旅游者产生的垃圾、废弃物等的清理、运输、处理，无一不是解决起来花费高昂的棘手难题。新西兰政府就表示，未来征得的旅游税，主要用途之一就是修复当地受损的自然环境。

而在城市、乡村等以人文景观为主要游览项目的旅游目的地，如何兼顾游客与当地民众、直接

获益与未能直接获益的当地民众、外国游客与本国游客等多方利益，在全球旅游业蓬勃发展的当下同样是亟待解决的课题。

在一些发展中国家，由于财力不足，基础设施建设落后，满足不了日益增加的入境游客对公共服务和设施的需求，征收旅游税以尽快补齐社会经济发展短板的必要性自不待言。即使是在发达国家或地区，由旅游业引发的社会矛盾也同样存在——据媒体报道，在常住人口只有16万的英国牛津，近年来游客人数已达到700万以上，尽管旅游业令当地获益颇丰，但本地民众不堪其扰却也是事实。对这样的旅游目的地而言，旅游税的征收，不仅可能有助于调节游客流量，更重要的或许是通过税收实现二次分配，从而在一定程度上缓和各方矛盾。换句话说，尽管缴税的是游客，直接受益的是当地民众，但从长远和整体来看，游客群体也将将在更加友好、和谐的旅游环境中获益。

秦皇岛旅游旺季志愿服务活动启动

近20万志愿者暑期“上岗”

接待量达数千万人，每到旅游旺季时常会发生一些老人孩童走失、钱物丢失、磕碰擦伤等意外情况，巨大的车流人流也会对生态环境优美的城市环境造成严峻的考验。为使游客“乘兴而来、满意而归”，该市倡导组织了规模庞大的党员义工、平安交通、文明志愿者等志愿者队伍，为广大游客提供问路、饮水、医药箱、维护交通秩序等便民服务；号召党政机关干部利用业余时间走上街头巷尾开展“烟头革命”，维护

环境并协助管理；城管、市监、交通、公安等职能部门24小时不间断巡查保障城市文明秩序，给群众送上诚信、舒适、安全的休闲环境。

如今，志愿服务理念已如空气渗入每一个秦皇岛人心中，全市仅登记在册的志愿者人数就达到19万余人，网上志愿服务认证总时长715万小时，用微笑、真诚和爱心兑现着让游客宾至如归的承诺。



武夷『泛舟』

7月5日，游人在武夷山九曲溪漂流。

进入暑期，福建武夷山迎来暑期旅游高峰，众多游客来到空气清新、生态优美的武夷山旅游度假，领略大自然风光。

新华社记者 张国俊 摄



7月5日，一群白鹭在合肥市庐江县的大汉塘水库内栖息。大汉塘水库占地面积300多亩，这里绿树参天，清波碧浪，吸引了几千只白鹭长期在此安家，成为当地一景。

新华社记者 郭晨 摄

推广使用厕所数字地图、城市公厕云平台，解决“找厕难”“如厕难”

广西探索“厕所革命”信息化

本报记者 庞慧敏

在桂林芦笛岩景区内，只见岩洞出洞口的厕所利用地形地貌依山而建，外立面增加外墙彩绘与环境自然融合，厕所外设置了户外观景平台，游客在等候如厕的同时可休闲观景。

在阳朔世外桃源景区，厕所外观建成高低错落的马头墙，典型的桂北民居特色。

走进柳州雀儿山公园的厕所，无障碍卫生间安装了紧急呼叫按钮，如果游客有紧急情况发生，管理人员会第一时间过来提供帮助。

“2015年以来，广西厕所革命逐步从景区扩展到城市，从城市扩展到农村，从数量增加到质量提升，从厕所封闭管理到开放管理，受到广大游客、群众的欢迎。”广西壮族自治区旅游发展委员会副主任李广军说。

在厕所革命过程中，广西各地十分注重厕所设计，在满足功能需要的前提下，综合当地民族风情特色、周围环境等因素，从造型、立面、色调、装饰等方面精心打造，使许多旅游厕所别具一格，与景区环境相协调，甚至成为一个独特的“景点”。

广西通过“以奖代补”的方式，鼓励各地积极推进公共厕所建设。2017年，广西旅游厕所建设重点规划布局在三大国际旅游目的地、边关风情旅游带、六条特色精品旅游线路以及广西特色旅游名县及创建县等重要区域，点线结合，布局合理。

2015年至2017年，广西旅游厕所革命计划完成2000座，实际完成2768座，超额完成38.4%。

今年4月，自治区人民政府办公厅印发《广西城乡“厕所革命”行动推进工作方案(2018—2020年)，力争通过三年的持续努力，到2020年底，全区A级旅游景区(点)实现符合国家标准的旅游公厕全覆盖、高速公路沿线服务区达到国家标准的公厕全覆盖和二级以上(含二级)公路沿线加油站达到国家标准的公厕全覆盖。全区各类公厕全部免费开放。

方案要求，积极引进推广厕所先进技术，充分利用“互联网+”信息技术，研发手机应用程序，推广使用厕所数字地图、城市公厕云平台，解决“找厕难”“如厕难”问题。

“旅游厕所管理是厕所革命成功的关键，‘建而不管、建而不养’，将会使旅游厕所功能大打折扣。”李广军表示，在建设旅游厕所的同时，广西还不断根据当地实际情况，积极探索、借鉴、创新旅游厕所管理模式。

在广西厕所革命过程中，“以商养厕”贯穿始终。桂林市将中心广场厕所和相应的商业门面“捆绑”，面向社会公开招标，中标者负责旅游厕所和门面建设以及旅游厕所长效管理，享有门面50年的经营权。