

“宠客”背后,考验的是服务理念和治理能力

本报评论员 陈曦

泉,高铁站通往昭陵景区的公交车免费,机关单位院内停车位也向游客免费开放;甘肃敦煌、湖北赤壁、江苏扬州等地政府机关食堂里,游客直夸“好吃又实惠”……

文旅“宠客”不算新话题,之所以一次次引发关注,或许缘于那份真诚待客的人情味儿。假日出游者众多,吃住行等资源紧张,再加上遇到天气变化等突发情况,在这些或无助或窘迫时刻,当游客的情绪被接住、需求被看见,一座城市“掏出家底”提供支持,“被宠爱”的游客会感受到温暖和尊重,进而可能建立起与旅游地之间的美好情感联结,甚至成为城市形象的传播者——“宠客”的受益者不仅是游客,也是城市自身。

从“滨(哈尔滨)至如归”“进淄(淄博)赶考(烧烤)”,到眼下各地的“花式宠客”,折射出各地文旅业发展理念的变化。数据显示,“十四五”时期,全国新推出58家5A级旅游景区,新增A级景区约2600家,总数达1.65万家,县城覆盖率提升至97%。在旅游产品供给越发丰富、消费选择日益多元、情绪价值受到重视的背景下,越来越多的地方和景区意识到,若想让游客乘兴而来、尽兴而归,除

了要在“硬件”上下功夫,更要在“软件”上动脑筋,不断提升服务质量和旅游体验。而当各具特色的“宠客”方式在网上掀起讨论,又会提高人们对出游的期待,激励更多景区主动求变,推动整个行业的高质量发展。

“宠客”能否宠到位,比的是态度、理念,也考验各地的应变能力和治理水平。例如,当游客遇到困难时,反馈渠道是否畅通,声音能否被听到;面对突发情况,当地能否迅速调配资源、保障秩序与安全,能否在事后总结经验、让预案更充分,等等。如今不少地区推出的“开放政府食堂、停车场”等便民措施,起初是临时性的应急之举,后来因受欢迎而成为“节日标配”甚至“日常标配”。从这个意义上讲,各地“宠客”是对公共服务的检验,同时也会开拓治理思路,为各地公共服务水平的提升带来更多可能。

一段时间以来,部分地方文旅推介出现“用力过猛”等操作,如个别地区的文旅宣传以“扭捏作态”“魔性尬舞”博眼球、争流量,有的地方过度迎合个体诉求,一度干扰本地市民日常生活等。事实上,发展文旅业,各地在提供高品质公共服务的同时,也要更多调动

市场力量以满足个性化需求。从长远看,平衡好各方利益,才能让“宠客”可感、可及、可持续。

文旅服务的水平,检验着一城一地的综合实力。一时的“破圈”“出圈”也许不难,难的是把“流量”变“留量”,让“网红”变“长红”。真正的“宠客”之道,除了为游客解燃眉之急,更要修炼内功,秉持“以游客为中心”理念,构建起全方位、多层次的配套服务体系。假期正是查补漏洞、精准改进的契机,比如,有游客近日在社交平台反映“北京景点预约多头管理、操作繁琐”,当地迅速回应,正在整合全市文旅资源开发“统一在线预约平台”,将于近期正式上线。

一座城市、一个景区是否具有吸引力,不仅在于是否有美丽的风光、厚重的人文历史,也在于能否以开放、包容的心态开门迎客。正视多样化需求,尊重多元化情绪,愿意将心比心、推己及人,这样的城市和景区才会令人“来了不想走”“走了还想来”。期待各地从假期“宠客”中汲取经验和灵感,推动有效的做法常态化,让“诗和远方”更有温度,让文旅业更红火。

社评

中国新闻名专栏

各地“宠客”是对公共服务的检验,同时也会开拓治理思路,为各地公共服务水平的提升带来更多可能。真正的“宠客”之道,除了为游客解燃眉之急,更要修炼内功,秉持“以游客为中心”理念,构建起全方位、多层次的配套服务体系。

今年国庆中秋假期,景区“宠客”新闻频上热搜——据近日新华社报道,开封清明上河园里,突遇降雨的游客被送上厚实的雨衣和热腾腾的姜茶;重庆洪崖洞前,千厮门大桥封桥又封路,让游客安心定格夜景;陕西礼

按需开放应急车道,用实际效果说话

李英锋

今年国庆节当天,江苏全省高速公路出口总流量达528.9万辆,同比增长12.5%,创下国庆假期历史新高。双节假期,应急车道按需开放,在缓解交通拥堵上帮了大忙。(见10月5日《扬子晚报》)

应急通道又称生命通道,是高速公路、城市环线等道路两侧设置的专用车道,供工程抢险、消防救援、医疗救护或民警执行紧急公务等处理应急事务的车辆使用。《道路交通安全法实施条例》规定,机动车不得有“非紧急情况时在应急车道行驶或者停车”等情形。也就是说,在机动车发生交通事故,故障或司乘人员突发疾病等紧急情况之外,社会车辆不可停靠或占用应急车道。

现实中一些驾驶员法律意识淡薄,在堵车、超车等情形下,随意占用应急车道的情况并不少见。节假日,民众密集出行,乱占应急车道的现象尤为明显,这有可能引发延误紧急救援、加剧道路拥堵、造成交通事故等负面后果。

换个角度看,车辆占用应急车道的行为高发,对应急车道的功能及管理提出更高要求。江苏省多个部门启动应急车道智慧管控等措施,临时开放相关路段、点位的应急车道,对车流进行分流、疏导,有效缓解道路拥堵状况。

智慧化运用应急车道等交通设施,在很多地方已经成为应对特殊路况的基本操作。比如,有的地方使用无人机巡逻并基于实际情况开放或关闭应急车道,让交通临时管控措施更精准、更及时、更合理。又如,有的地方通过道路情报板、路侧指示牌、声光警示喇叭及无人机高音喇叭等设备,实时发布应急车道启停、车辆疏导等信息,引导车辆提前做好应对选择。值得关注的是,有些地方还专门制定了应急车道管控规则,从机制层面统一了管控标准,这也值得借鉴。

“明者因时而变,知者随事而制。”按需开放应急车道,让实际效果说话。如果它确实能在一定时段让拥堵变通畅,让无序变有序,也算是对民众提升道路通行效率诉求的积极回应,是增强道路智慧监管能力的实践。期待相关地方能够积极行动,对应急车道紧急使用情形和范围作出更加明确具体的规定,让民众必要时能够在应急车道上合规通行、放心通行、精准通行。



图说

“红包雨”?

据红星新闻报道,国庆假期期间,海南三亚一家商场在举办周年庆“天降红包雨”活动时,现场出现严重拥挤,后果不堪设想。为吸引人气、促进消费,不少商场都在想法子,大胆探索,但须以文明、有序、安全为前提。

活动现场撒“红包”,商场可能想表达对顾客的感恩与感谢,只是如果在公共场所哄抢“红包”发生拥挤踩踏,后果不堪设想。为吸引人气、促进消费,不少商场都在想法子,大胆探索,但须以文明、有序、安全为前提。进一步看,怎样使引流、促销手段在提升参与度的同时,更好适应消费者的需求和品位,彰显商场的定位和诚意,同样值得思考。从运动品牌举办亲子运动会,到乐器商店组织公益音乐会,眼下类似探索受到不少消费者青睐,这对如何打造安全舒心、接地气有人气的消费环境,不乏启示。

赵春青/图 乐群/文

服务区“蝶变”,让出行更加惬意

关育兵

当高速公路服务区里响起苏州评弹的吴侬软语,当泰山“摩崖石刻”在仿真榕树下与游客邂逅,当房车营地升起袅袅炊烟——这些画面是否颠覆了你对服务区“加油站+卫生间”的刻板印象?近年来,多地服务区实现精彩“蝶变”,从功能单一的过路站,升级为文化“会客厅”、旅游“新景点”,让人们的旅途充满了更多期待。(见10月4日《人民日报》)

服务区的“蝶变”是一场体验变革。服务区的功能在人们印象中往往是千篇一律的吃饭、加油、上厕所,旅客短暂停留、匆匆离去。而今,走进京台高速泰安服务区,黑瓦灰砖的建筑与泰山遥相呼应,流水潺潺、鸟鸣啾啾,让人恍若置身岱顶天街;漫步京沪高速阳澄湖服务区,人们可以在移步换景的苏式园林

间欣赏评弹表演,在非遗馆里体验缂丝技艺。这些服务区不再只是满足基本需求的“补给站”,而成为能够提供独特记忆的“体验场”,让旅途变得生动有趣。

更深层次看,服务区的转型是“交融融合”的生动实践。沪渝高速冷水服务区变身“风谷休闲度假营地”,集旅游、美食、运动休闲于一体,带动周边黄水国家森林公园、千野草场等景区发展,实现产业“串珠成链”。山东泰安服务区则直接打通至泰山、九女峰等景区的旅游通道,让服务区成为“景区入口”。这类创新模式既丰富了游客的选择,也为区域旅游经济注入了新活力。

服务区转型也可成为传播地域文化的“流动窗口”。桃木雕刻、黄精茶等特产成为旅客后备箱里的“文化伴手礼”;苏绣、缂丝让非遗技艺走近更多游客……这些设计巧妙地将地方文化元素融入服务场景,使过往旅客在短暂驻足间,感受一方水土的人文底蕴。

尤为可贵的是,一些服务区的运营理念发生了转变。比如,有的服务区推出“同城同价”专柜,打破服务区价格虚高的固有印象;有的服务区打开“后门”对外经营,吸引本地居民,“前厅游客+后堂市民”,升腾起温暖的烟火气。在服务理念升级的实践下,有的服务区将游客平均停留时间从15分钟延长至45分钟,实现了从“过路站”到“打卡地”的升级。这些变化背后,是对服务对象的需求的尊重与满足。

服务区的“蝶变”表明,高质量发展往往蕴藏在与百姓生活息息相关的细节之中。当服务区从功能单一转向多元体验,当出行从疲于赶路转向惬意享受,这不仅是商业模式的创新,更是社会发展理念的进步——基础设施的建设最终是为了人的美好生活体验。期待更多服务区完成这样的美丽蜕变,让公众出行成为值得品味的旅程,让“诗和远方”在高速公路旁悄然绽放。

化窠臼。同时,针对不同年龄段游客设计分层体验。此外,建立动态评估机制也至关重要,通过收集游客反馈、跟踪复游率等数据,持续优化内容供给。

《中国县域旅游研究报告2025》显示,2024年县域旅游总收入增长9.96%,这一数据印证了县域文旅的蓬勃活力。科普游的实践表明,当旅游不再是简单的风景消费,而成为可带走的知识体验,一些县域才能实现从过境地到目的地的蜕变。

未来,科普游的发展需要在创新中求突破。一方面深挖县域特色资源,将更多具有地方特色的自然景观、文化遗产和传统技艺转化为科普素材;另一方面加强科技赋能,运用虚拟现实、增强现实等技术手段提升互动体验。更重要的是,应建立起可持续发展的商业模式,让科普游不仅成为传播知识的平台,也成为带动当地就业、促进产业升级的重要引擎。当越来越多地方加入科普游的行列,越来越多游客通过科普游获得知识和情感共鸣,这种新型旅游模式才有可能为县域经济高质量发展注入更多文化动能。



这是普通人认真生活的样子

龚先生

“希望你给我一次为你服务的机会”“你可以拒绝我,但是请你不要拒绝美味”——近日,江西景德镇摆摊20多年、金句不断的“鸡排主理人”李俊永火了。

游客和网友的关注,不只为“好吃”“好逛”。在这个快节奏的时代,“真诚”“努力”“有原则”的普通人故事,本身就是一种治愈力,这种“烟火气里的正能量”很是暖人心。

工程师为了一个数据反复演算;“鸡排哥”为了一块鸡排控制好每一秒的火候;“咖啡奶奶”为了了一杯咖啡调整好水温……正是这千千万万个普通人的认真,凑成了中国故事里扎实、动人的底色。

网友跟贴——

@MoMo:他的视频,刷到一次喜

乐一次。

@亚伟:用奋斗和坚守折射出

耀眼光芒!

阅读全文请扫码
“工人日报e网评”

扶起被流量“绊倒”的孩子

张西流

在社交媒体上,部分博主“晒娃”失去边界,有些在MCN机构加持下,将一些未成年人推至镜头前吸引流量。如何划定展示未成年人成长与过度商业化之间的界限,杜绝以“晒娃”博取流量牟利,值得社会各方关注。(见9月30日《中国青年报》)

父母记录孩子成长、分享喜悦,无可厚非。然而,当镜头下的童真被精心编排成剧本,当“萌娃日常”演变为精心策划的商业秀,缺失必要边界的“晒娃”就异化为了“啃娃”。

“4岁顿勺”“9岁浓妆”“小肉包被绊倒泪崩”……看似可爱的视频背后是一条完整的打造网红儿童产业链:父母成为“经纪人”,MCN机构化身“造星工厂”,平台算法充当“推手”,共同将儿童推向流量漩涡。

在本该自由奔跑、无忧无虑的年纪,却被要求背台词、摆表情,甚至反复排练“哭戏”以博取同情与点击,他们的生活被镜头切割,成长被数据定义,自我认知被“点赞数”绑架。更令人担忧的是,暴露于公众视野的孩子,可能因网络暴力、隐私泄露、心理创伤等问题而面临不可控的影响。

“晒娃”变“坑娃”,在于部分家长被流量红利蒙蔽双眼,忘却了对孩子应有的保护与引导。平台也难辞其咎,算法推荐机制偏爱高情绪、强冲突内容,对儿童过度出境、广告植入等问题审核不严,甚至主动推流,助长了歪风。

法律早已划出红线。未成年人保护法明确禁止组织未成年人进行有害身心健康的表演,广告法规定不满10周岁儿童不得代言广告。然而,在短视频平台上,针对孩子的“孵化约”“商务约”等签约方式依然存在。

扶起被流量“绊倒”的孩子,必须多方合力。家长应守住道德与法律底线;平台应对儿童类账号实施强监管,限制商业化功能,主动限流违规账号;监管部门须常态化执法,公开典型案例,形成震慑。

童真不应被标价,童年不容被炒作。我们追求的是网络清朗,是对下一代健康成长的庄严承诺。别让“钱途”吞噬了孩子的前途,别让流量淹没了童年的笑声。

媒体声音

◇让公共学习空间更多更好

近年来,公共学习空间渐成热门去处,随着大众学习热情持续增长,“一座难求”的问题也越来越突出。

《经济日报》评论说,公共学习空间往往集中在城市中心区或人流量大的地方,受场地等影响而总量有限。充分满足公共学习空间需求,关键在于把广覆盖与精匹配结合起来。如让社区层面居民楼、服务中心等也承担起“学习角”的功能;通过文化沙龙、讲座等“软服务”进一步丰富市民文化生活动,从而增加服务供给、提高服务品质,确保公共学习空间“有”且“好”。

◇任何设计都不能牺牲安全

近期,工信部《汽车车门把手安全技术要求》强制性国家标准公开征求意见,规定每个车门(不包括尾门)应配置具备机械释放功能的车门外把手,应具备相应手部操作空间。

《北京晚报》评论说,近年来,隐藏式门把手几乎成为各大车企研发设计的标配,而其使用过程也暴露出诸如开门像“寻宝”、发生事故时“车外打不开,车内干着急”等问题。规范汽车门把手设计,不是要否定汽车功能设计的自主性,而是为行业发展立规矩,为消费者安全定准则。车企对安全多些敬畏,就是对消费者生命安全负责,对市场和行业长远发展负责。

◇惩治制假贩币不容松劲

网购假币模板和设备,以邮寄方式异地销售假币……随着电子支付快速发展,不少人对待假币放松了警惕。公安部近日公布的典型案例提醒我们,假币并未绝迹。

中国经济网评论说,假币犯罪不仅损害群众的切身利益,还扰乱货币流通秩序,威胁货币体系的安全稳定。切断假币销售链条,需要社交平台、物流企业和相关部门协同发力,把责任传导到行业末梢。此外,还需要提升使用环节的免疫力,针对鉴别能力不强的群体,通过发放宣传册、现场演示等形式做好反假币宣传。守好货币安全 and 人民群众的“钱袋子”,对假币必须露头就打。(乐群 整理)

期待科普游为县域旅游发展注入新动能

王志顺

秋日的余杭青山村,孩子们手持雨棍模拟风雨声响,笑声与自然共鸣;海宁神仙湖的矿坑岩壁前,村民讲解员正用方言讲述地质变迁;诸暨山下湖镇的珍珠作坊里,开蚌取珠的惊呼声此起彼伏……据10月7日中新社报道,这个国庆假期,在浙江等地,科普游将县域的生态资源、工业遗产与传统技艺转化为沉浸式课堂,让游客在触摸自然、观察岩层、体验开蚌的过程中,完成从观光客到学习者的身份转换。这种将教育基因植入旅游场景的创新实践,正推动县域旅游从眼球经济向体验经济升级,为乡村振兴注入可持续的文化动能。

科普游兴起,折射出文旅消费需求与县域资源禀赋的契合。当越来越多游客对城市同质化景点逐渐失去新鲜感,县域特有的自然生态、工业遗迹与传统工艺的独特魅力就会越发吸引人。夜观昆虫感知生物多样性、解读岩石中的地球演变……各类生动实践不仅满足了亲子家庭寓教于游的需求,更让县域旅游实现了从资源展示到知识传递的变迁。从这个视角看,科普游在一定程度上丰富了传统旅游的价值表达——村民从旁观者变为知识传播者,游客从被动接受者转为主动参与者,乡土文化得以创造性转化,县域经济获得更多活力。

这种旅游方式受到青睐,关键在于其实现了科学性 with 乡土性的有机融合。比如,一

些自然教育课因村民导师的讲授而保持原真性,方言讲解可以强化文化认同,养殖技术被拆解为体验环节,这些尝试都体现了“专业内容+本土表达”的创新路径。这种模式一定程度上避免了科普内容的生硬灌输,又给远离乡村的游客更多新鲜感。从经济效益看,科普游带来的不仅是门票收入,而且有望通过延长游客停留时间、衍生文创产品等方式,提升综合收益。

要让科普游在更多地方热起来,需要在标准化与个性化之间找到平衡点。一方面,考虑建立科学严谨的内容体系,邀请地质学家、生物学家等专业人士参与课程设计,确保知识传递的准确性;另一方面,考虑保留村民讲解、方言叙事等乡土化表达,避免陷入同质