

《旅游法》实施满月②

旅行社经营模式需调整

本报记者 李盛丹

《旅游法》正式实施一个多月来,旅游产品报价集体上涨,团队游客量明显缩水,传统旅行社生意遇冷……伴随着这些新问题的产生,不同规模的旅行社也正在经历着转型。

《旅游法》的实施,让新版旅游合同成为人们关注的焦点。不少省区市的旅行社在政府相关部门正式下发旅游合同示范文本前,便开始对照《旅游法》的相关要求,增订相关内容,自行升级合同版本。

据福建省厦门市旅游协会旅行社分会工作人员介绍,厦门现使用的新“出境旅游服务合同”从1种增加到4种,增加了“出境旅游行程单”、“出境旅游安全须知”等内容。原来组团社与地接社只需签订1种合同,如今则要签订地接社委托合同、导游和汽车合同等20种左右的合同。

而山东省青岛市某旅行社制定的新版旅游合同,将自愿购物、参加自费项目的协议单独列出作为补充协议,购物店网址、产品价格、购物时长等详细信息都已注明在内,让消费者一目了然。同时,新版合同还对游客不文明行为进行了细化,告知游客如何尊重当地风俗习惯,将因不可抗力因素导致合同无法继续时旅行社、游客双方的责任和义务进行了细化,并将《旅游法》中的相关规定详细列出,明确双方要责任共担。

中青旅、凯撒旅游等大型旅游综合运营商,此前的旅游产品都对规范。中青旅市场推广部总经理葛磊告诉记者,为了达到甚至超过《旅游法》的要求,现在公司对自费和购物两个环节进行了更严格的规定,“十一”长假之后推出的线路,都以“无自费、无购物、无小费”为主。

过去旅游行业存在产品单一、线路同质化等问题,价格战主导市场竞争,《旅游法》结束了低价混战的时期。而对旅游企业而言,要实现差异化经营,更好地吸引消费者,就需要在产品多样化、个性化方面多下功夫。

《旅游法》实施后,不论是省内游、国内游还是境外游,价格都有不同幅度上涨,尤其是东南亚、韩国等线路更是翻倍涨价。山东山水旅行社副经理孟凡伟说,“面对价格上涨,不少人更倾向于选择自由行和半自助式旅游。针对这样的变化,我们也将主要业务转向机票加酒店的订购,推出了一系列个性化旅游产品来吸引散客,提升服务品质,开发主题游、细化旅游项目等。”

在大受冲击的团队观光型旅游业务方面,中青旅则更加关注产品品质的提升和商业模式的创新。葛磊说,“目前,中青旅的业务以旅行社为主体,划分出观光、度假、会展、商旅4大产品形态,在销售渠道上打造‘三位一体’的网站、连锁店和呼叫中心,同时延伸发展景区投资和酒店管理业务”。根据中青旅的数据,10月份参团旅游的营收规模与去年相比基本持平,而自由行业务继续保持高速发展态势,较去年增长了20%。

葛磊表示,长期来看,《旅游法》的实施有助于自由行业的发展。一方面,过去很多市场参团产品的价格低于自由产品的价格,而《旅游法》实施后,参团产品价格上浮,同一目的地的自由产品均价将普遍低于参团产品,自由产品的价格优势开始凸显,一些旅行经验丰富的客人对自由产品的兴趣将更大。在互联网时代和移动互联网时代打造新平台、新渠道,将是中青旅今后努力的方向。

业内人士也指出,《旅游法》实施后,旅游产品的价格回归到合理范围,意味着旅行社将在同一合理的价格区间内竞争,经营者竞争的是服务、规模、经营策略,以及消费者的满意度,这样的市场环境将更为公平和健康。

安徽省黄山区:

“农家乐让我的腰包鼓起来”

本报记者 白海星 通讯员 崔艳 余来春

安徽省黄山市黄山区汤口镇上张村以农家乐闻名全国。近日,记者来到这里的翡翠新村,只见一排排徽派风格的白墙灰瓦别墅与秋日黄绿色的山林交相辉映。记者随机走进一家名为“富丽楼”的农家乐,发现门口已经停了好几辆外地车,厅堂里3张桌子全满,屋里弥漫着令人垂涎的香味。户主张劲松夫妻俩端出一盆当地特色菜“黄山二石”——野生石耳加上养殖的棘胸蛙(当地称石鸡),让外地游客品尝难得的山珍野味。

1985年,上张村成立了全国第一家农民自己办的旅游公司——黄山市翡翠谷旅游公司,开发翡翠谷景区,开全国乡村旅游的先河。2003年,村民们又成立了农家乐协会,注册了“翡翠人家”商标,成了安徽首批农家乐旅游示范点,2012年,翡翠新村成为安徽省五星级农家乐。

翡翠谷景区门票收入分配和农家乐旅游接待收入很快撑起了村民的腰包,上张村成了黄山市的“首富村”。2012年,上张村村民组年旅游总收入达1800多万元,农民人均纯收入达3.5万元。如今,翡翠新村内老年公寓、停车场、商业街、健身场所等一应俱全,真正实现了老有所养、病有所医、老有所为、少有所教,成为安徽省新农村示范点,也是全国农业旅游示范点。“每年村里都分红,还组织我们外出旅游。”一位村民幸福地说。

近年来,黄山区农民积极从事黄山景区山下旅游接待,办起了农家乐。黄山区旅游管理部门在全省范围内率先制定了农家乐旅游服务质量等级划分地方标准,并成立了全省首个乡村旅游联合会,引导农家乐走向规范化经营和管理,对农民发展农家乐实行税收减免等多项扶持政策。农民的求富心加上政府的有效规范和扶持,农家乐经济迅猛发展,成为安徽省农家乐的领头羊。目前,全区有2个全国农业旅游示范点、省星级农家乐55个,各级农家乐示范户已达184户,初步形成了集旅游景区、旅游节庆、旅游休闲、旅游购物、旅游服务、旅游产品等为一体的比较完整的旅游产业体系,每年乡村旅游收入约16亿元。

本版编辑 余颖

文化促产业转型 创意助科技发展

——写在第八届北京国际文化创意产业博览会闭幕之际

本报记者 曹红艳



观众在欣赏玻璃柜里的北京传统工艺美术品。新华社记者 罗晓光摄

5.5万平方米、16个主题展区、1800多家国内外文化创意企业机构、13个省区市团展,14场创意主题活动,20个分会场……11月6日至10日举行的第八届北京国际文化创意产业博览会,在实现签约总额过千亿元的同时,更为广大观众带来了充满魅力的创意体验。

科技激活创意

宫殿巍峨,风景如画。想举步踏上石阶,却发现这是一个虚拟世界;是沈周的山水、文征明的竹石,还是恽寿平的花卉、郑燮的书法?观众看了之后才明白,这里展示的是经过艺术化处理的电脑芯片、印刷电路板。

北京文博会一直致力成为推动科技与文化融合的平台。经过几年的培育,今年的文博会充分展示了近年来我国科技与文化创意产业互动发展的成果。正如一位参展商所说,科技创新激活创意,而创意实现的过程又助推科技发展。

随着3D概念深入人心,3D技术将“触角”伸到更广泛的领域。本届文博会上,由朝阳规划艺术馆等多家国内规划馆共同发起的中国城市3D体验中心院线联盟呼之欲出,3D作品推介交易集散中心正式开张。朝阳规划艺术馆馆长杨军表示,这或将填补国内3D专业体验领域在产业化综合服务平台方面的空白,让3D技术不只停留于商业电影领域,还能够与多种文化创意产业融合,并进入实际操作层面。

3D技术能给旅游业带来什么?人们或者能够从三山五园历史文化景区得到启迪。沉浸在虚拟演示环境中,参观者可以在颐和园中随意漫游,宫殿、园林、池水、游鱼、荷花……身临其境的三维立体视听影像和交互感受延展到一草一木。环幕投影在现场以震撼的形式,解构并从细节处展示了如梦如幻的中国园林艺术。

首都文化创意产业研究中心副主任张京成在“2013年文化与科技融合产业年会”上感叹道,科技成果的应用提升了文化创意产品的附加值,提高了文化创意产业的生产率!

聚焦原创品牌

在设计创意展区内,一个名为“地图方巾”的展位前总是人头攒动。只见一条方巾上,丝绸之路路线被印成星空的样子,一峰骆驼行走于星空之上,特别是将经过地点的主要文化元素如大雁塔、仙人掌等融入其中。据说,它还有一个诗意的名字:“丝路寻梦”。

现场工作人员介绍说,他们为每款方巾的插画图案都申请了国家专利。方巾的原创性在于,其图案将一个地域内独特的地理结构、自然和文化具体结合了起来。

从国内首位专注地图方巾设计与营销的品牌 VIESCA,到专注传承创制多民族艺术作品的归真工作室,再到以乐观精神作为产品核心理念的企业 oneday,本届文博会上,一批原创设计品牌令人瞩目。

据组委会相关负责人介绍,今年文博会还集中推出了一批影视剧创作、文艺演出、新闻出版、动漫游戏等领域的最新成果和原创品牌产品,如《负二代的幸福生活》、《新渴望》、《罗龙镇女人》等一批原创影视剧,获得“2013国际授权业大奖”年度最佳形象奖提名的原创经典动漫形象——阿狸,以及动漫版德云社相声等经典原创动漫形象广受关注。

杂技、武术、戏曲、魔术,再配上高科技的声光电,中国元素立刻华丽变身成了国际范,中国原创剧《熊猫》在文博会期间与美国拉斯韦加斯的著名剧院签约,成为本届文博会一个颇具影响的文化“走出去”项目。

“相比发达国家,目前在国际上叫得响的中国文化创意产品还不多。要想提升中国文化创意产品的国际影响力,必须加强中国原创文化品牌打造。通过这次文博会可以看出,我们已经有了很大的进步。”中国人民大学文化产业研究院院长金元浦表示。

倍增文化产业

从以传统文化元素回环为主题的冰箱贴,到针对年轻人时尚需求的小米耳机盒子,由北京市旅游委筛选出的92款“北京礼物”代表产品,让参加本届文博会活动的人们爱不释手。文博会期间,又有15款

好一首文化协奏曲

——深圳市福田区加强文化惠民建设侧记

本报记者 杨阳腾

紫红色的阿拉伯数字“10”,右边的“0”中有个汉字“惠”。“10”与汉字“实”同音,这是深圳福田区文化惠民工程的LOGO,代表着福田区推出涉及群众文体团队建设、公益培训、弱势群体文化扶持、文化下乡、公益电影、艺术欣赏、艺术创作等10项惠民工程的内容,寓意其目标就是让老百姓获得真切切实的实惠。

让文化离群众再近些

让文化离群众近些、再近些,让文化生活的色彩丰富些、再丰富些,这是深圳福田文化惠民建设的最突出诉求。在这一思路引领下,福田区探索引导群众性公益文体团队合法建立、民主自治、规范运营、常态活动、专业发展的“百团工程”,让区内群众文艺百花齐放;实行基本艺术培训免费供给的“千人公益培训工程”,让1000余名有志于艺术表演和创作的爱好者们沐浴在艺术之光中;“万人广场舞工程”极大地激发着居民练习广场健身舞的热情,在福田街头形成充满活力的城市文化景观。

64岁的退休教师张英在园岭舞蹈主题馆免费学芭蕾不到半年,就已经能登台表演了。她说,“登上舞台跳芭蕾,是我年轻时的梦想,感谢福田,让我圆了梦想”。张英正是

福田区“千人公益培训工程”的受益者之一。据了解,2013年上半年,“千人公益培训工程”在福田各主题文化馆举办团队活动公益辅导576小时,辅导14322人次,培养了一批群众文化的生力军、爱好者。

除此之外,“阳光工程”还将来深建设者、困难家庭、残障人士、孤残儿童等群体纳入文化关怀范畴,在公益培训工程中以外来建设者及社会低收入人员等群体为重点扶持对象,探索实施“零免送”举措——即零门槛、免学费、送一套学习用具,2013年公益培训暑期班共招收“阳光工程”学员117人。

值得一提的是,福田区打造“文化强区”的又一项重大惠民工程——安托山博物馆群,9月24日落户安托山公园,与华侨城地区和园博园地区形成深圳的“文化三角核心区”,届时将建设20个至30个公益性的民间私人收藏博物馆,总建筑面积为23万平方米,投资总规模约人民币7.7亿元。

程”,对高雅艺术实行票价补贴,令普通市民不再止步于艺术殿堂的高门槛,仅2013年孟京辉戏剧季展演,就有7500多人走进星空剧场。

深圳要建设国际化城市,作为中心城区的福田区一马当先。近年来,福田创办了一系列具有国际化元素的文化活动。2012年7月,福田区与钢琴家郎朗签署合作备忘录,推动福田钢琴教育国际化;2012年9月,国际著名钢琴家亚力山卓·马陶斯金在福田会堂举办独奏音乐会,音乐会门票通过网络订票的形式向市民免费发放;2013年3月,首届中国(深圳)国际嘻哈文化节让国内外嘻哈艺人共聚一堂,掀起嘻哈旋风;2013年5月,第四届深圳国际打击乐文化节拉开帷幕,来自世界各地的打击乐演奏家们纷纷登台献艺,让鹏城市民感受打击乐的魅力。

一项项文化福祉,犹如缕缕清泉,滋润着城市的精神家园,灌溉着人们的心田。刘庆生表示,福田憧憬的“首善之区”,并非局部之首、一时之善,而是国际先进标杆下的首善之区;福田人憧憬的“幸福福田”,并非局部之幸、一时之福,而是民生共享前提下的幸福福田。



在“福田文化馆、戏剧主题馆”里,深圳市昆曲研习社的成员们正在排练。刘墨摄

采访感言

畅享文化艳阳天

杨阳腾

文化不仅要“以文化商品”、“商品文化”的形式满足消费者的需求,更要以公共物品的身份在公共领域去服务人民群众,为他们的娱乐、抒情、审美、学习提供丰富的载体和内容。

因此,扎根群众的文化建设是提升社会文明的重要手段。文化来自于社会中的每一个人,不应当如动物园的熊猫一般只可远观。而应当应群众需求而建。只有广大群众的广泛参与,方能宣传群众、教育群众,从而真正提高人们的整体素质。

深圳福田区的“百团工程”、“千人公益培训工程”、“万人广场舞工程”、“阳光工程”,正是这样一个扎根群众的文化建设样本。文化惠民工程在保障群众分享到政府提供的公共文化产品的同时,更让他们有机会以自己的方式参与到公共文化建设之中,进而真正生产融入社会的文

化认同。设计师韩家英曾说,“当市民的文化自觉从被动到主动,那才是文化的艳阳天”。这样以群众作为文化建设的基础,让人民享有文化的权利,广泛自觉的文化传承才能扎扎实实地立于社会。

营造浓厚的群众文化氛围,提高群众文化品位,以文化氛围来凝聚人心,以文化精神来促进经济和社会的发展,是建设先进文化、和谐社会的重要力量。正如福田区委书记刘庆生所言,“只有文化兴,方能兴福田”,一个大融合的人文环境,能够让居民在精神文化层面得到更大的满足,从而提升幸福感。由此,在文化建设升级的同时,精神文明建设水平和城市发展的软实力将水涨船高。“礼以行义,义以生利,利以平民,政之大节也。”只有在社会文化与精神文明建设建设中获取利益,并真正地惠之于民,才是长久的治理之道。