经济日报 ECONOMIC DAILY

预约让旅游告别人山人海

经济日报·中国经济网记者 曾诗阳

四川省成都市龙泉山城市森林公园丹景山观景台。 新华社记者 王 曦摄

“为保证游客的健康和安全，请参观游客务必提前预约，如无预约，请勿入园……”为了应对新冠肺炎疫情，景区门票预约制度加速落地，“无预约，不出游”渐成公众旅游新常态。随着我国旅游市场稳步有序复苏，公众旅游热情和需求持续释放，包括预约制度在内的智慧旅游公共服务网络和平台作用日益凸显。

预约制度大范围应用

“我在微信公众号上预约了上午的门票，和以前相比，感觉景区更有秩序了。”周末带父母到北京香山公园游览的王女士说：“不过预约时需要填写身份证号码等个人信息，这让我有些顾虑。此外，像我父母这个年纪的老人，根本不懂线上预约。”

“预约制度意味着参观人数受限，门票收入大幅缩水。同时，室外开放型景点如何科学、精准地计算最大游客承载量也是个难题。”某景区负责人告诉记者。

“预约制度的有效实行需要一系列硬件、软件配套设施来支撑，例如线上购票退票系统、线下二维码检票系统和身份证验证系统、景区内的智能监管与导览系统等，整个业务流程需要重新进行梳理。”中国社会科学院旅游研究中心特约研究员王笑宇表示。

游客的顾虑、景区的疑惑、技术的考验……在多重因素影响下，尽管国家推行预约制度已久，却一直难以在全国普及。早在2015年出台的《关于促进智慧旅游发展的指导意见》就提出，鼓励博物馆、科技馆、旅游景区运用智慧旅游手段建立门票预约制度。2019年出台的《关于进一步激发文化和旅游消费潜力的意见》明确提出，“到2022年，5A级国有景区全面实行门票预约制度”，推动旅游景区提质扩容。

新冠肺炎疫情暴发，加速了预约制度落地。今年4月，文旅部与国家卫健委联合印发的《关于做好旅游景区疫情防控和安全有序开放工作的通知》明确要求所有旅游景区建立完善预约制度，通过即时通信工具、手机客户端、景区官网、电话预约等多种渠道，推行分时段游览预约，引导游客间隔入园、错峰旅游。

政策要求、形势所需，“门票预约、分时游览”制度在全国旅游景区实现大范围应用。例如，山东省运行A级旅游景区门票预约平台实现各大景区的资源整合和预约服务；贵州省推出“一码游贵州”全域旅游智慧平台方便游客预约。

中国旅游研究院调研数据显示，今年端午节期间，有81.7%的游客体验了预约，较劳动节期间提高4.3个百分点，其中71.4%的游客认为预约体验很好。部分未能预约到门票的游客表示虽有遗憾，但对预约出行予以理解与支持。

旅游服务更安全优质

“不是堵在路上，就是瘫在景区。”热门景点人满为患、超负荷接待，影响旅游质量，长期以来饱受诟病。

“预约制度是迈向优质旅游的新起点。”中国旅游研究院景区研究专家战冬梅表示，景区门票预约制度是对景区和游客的双保护，在保护景区文物和自然资源的同时，让游客获得更安全、更丰富、更有尊严的游览体验。

对于景区而言，预约制度有助于景区实现客流实时监控，提高管理效率，尤为重要的是，能够保证景区自然景观、文物及其他财产的安全。以敦煌莫高窟为例，游览人数过多、参观频次过高将对洞窟内的壁画、彩塑带来损害。2014年8月1日起，莫高窟在全国率先实行预约购票制度，并将单日游客最大承载量设定为6000人，实现了文物保护与开放利用的双赢。

此外，战冬梅指出，预约制度能够加强景区和游客的互动，有助于景区更清晰地掌握游客的年龄、偏好、来源地、到访频次等信息，通过分析相关数据给游客“画像”，提供更符合游客需求的产品和服务，改进景区运营中存在的不足，并实现精准推广。

对于游客而言，预约制度可以引导游客错峰、避峰出游，保障自身健康和安全，既避免门票售罄“白跑”一趟的情况出现，也节省了线下排队购票的时间。

“我国经济已由高速增长阶段转向高质量发展阶段，随着中等收入群体的扩张，公众对旅游服务和产品的需求正从‘有没有’向‘好不好’转变。”王笑宇表示，预约制度的推行有助于提升旅游产品品质，在安全性、舒适性、便捷性等方面更好地满足游客需求，进一步激发市场消费潜力。

景区客流需精准调控

预约制度具体落实仍处于探索阶段，还有很多难点需要突破。例如，由于一些景区此前并未开通线上预约平台，在疫情期间只能仓促推出不成熟的预约服务应急，无法实现分时段精准预约，且功能单一，用户体验不佳。

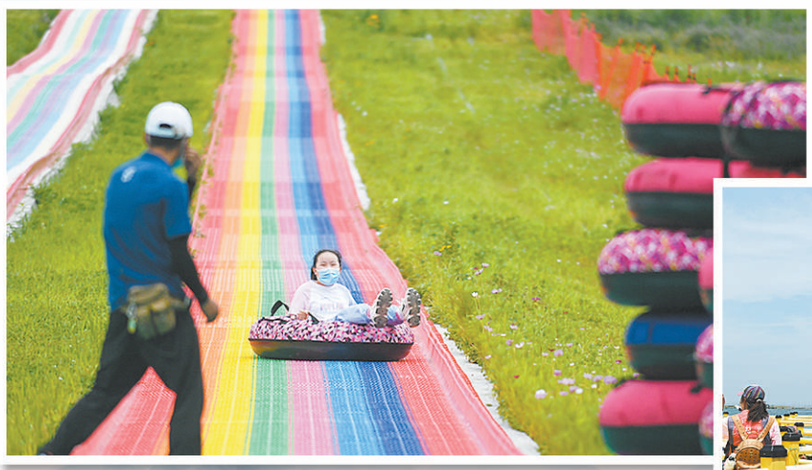
战冬梅指出，单一的预约制度并不能对景区客流量进行全面管控，在旅游旺季、旅游高峰时间段内，游客排长队、客流过度密集、检票机器速度慢等现象时常发生。她建议，预约制度与其他配套措施一起落实，以实现景区客流精准调控。

“预约制度的背后，是智慧旅游体系的整体构建，是线上线下的融合发展，仅靠单一主体力量推动是行不通的。”王笑宇提出，预约旅游的全面推行需要有关管理部门、上中下游市场主体、游客、行业自律组织共同推进，高效整合旅游数据和资源，打通旅游行业的细枝末节。

对于管理部门来说，要以建立健全景区预约制度为抓手，充分做好技术准备，推进包含酒店预订、交通调度、信息发布、景区运营监测、投诉受理等功能在内的智慧旅游公共服务平台建设，集合旅游全产业链的要素资源，让游客充分享受“一站式”预约和“一条龙”服务的便利，提升旅游业现代化综合治理水平。

同时，预约制度的推行倒逼景区加快推进数字化运营，景区应抓住开发预约平台的契机，加快建设线上营销渠道。“对于景区而言，最重要的是积累自己的粉丝群体。打通线上营销渠道，掌握第一手信息，深入了解游客需求和偏好，与其建立长期的互动关系，及时提升产品和服务的质量，形成良性运营闭环。”王笑宇说。

预约制度，既是未来较长一段时间内景区需要继续面对的任务，也是对旅游行业高质量发展提出的要求。“要借助大数据进行更精细化的管理，用更细致、更智慧、更贴心的方式推进预约制度，让更多游客通过更顺畅便捷的方式顺利旅游。”战冬梅说。



上图 游客在吉林省吉林市万科松花湖度假区的彩虹滑道玩耍。 颜麟蕴摄（新华社发）

右图 山东省荣成市桑沟湾泓泰国家级海洋牧场内，游客在观光体验。 新华社记者 王 凯摄

文化视野

方寸之核见匠心

本报记者 陈发明

“明有奇巧人曰王叔远，能以径寸之木，为宫室、器皿、人物，以至鸟兽、木石，罔不因势象形，各具情态……”明末散文家魏学洢在《核舟记》中的生动描述，让一粒小小桃核上雕刻出的微观世界跃然纸上。

如今，在河北永清县，这门古老的微型雕刻工艺重新焕发生机。永清县及周边所生产的核雕艺术品、工艺品占全国核雕市场份额的八成以上，成为全国最大的核雕创作、生产、销售基地。

“以前每周六清晨，我都会去北京潘家园市场摆摊。在潘家园卖核雕产品的，九成以上都是永清人。”永清县双营村村民马国庆从事核雕生产销售已有30年，今年受疫情影响，潘家园市场暂停营业，永清县的核雕艺人们在当地别古庄镇形成了一个核雕交易市场。今年4月份以来，每周五早上，经过测体温、查验健康码等疫情防控措施，370多个核雕摊位井然有序地营业，来自各地的客户询价扫货，挑选自己心仪的核雕工艺品。

永清核雕发源于别古庄镇后刘武营村，自1971年实现产业化发展以来，历经半个世纪，规模不断发展壮大。目前，永清核雕已经形成了以原料供应、艺术创作、生产加工、销售、文化传播、培训六大板块为主体的产业链条。永清核雕拥有核雕企业、工厂、作坊近2000家，从业人员达4万人，年销售收入达10多亿元。2019年，中国轻工业联合会、中国工艺美术协会授予永清县“中国核雕之乡”的称号。

走进永清县五龙工艺公司的生产车间，一道道工序上，每名匠人都全神贯注地盯着手中的橄榄核进行创作。五龙工艺公司经理单士超拿起一款成型的核舟工艺品告诉记者，永清核雕的雕刻流程分为选料、设计、整形、画图、粗雕、细雕、打孔、抛光等十几道工序，创作手法上衍生了“层次工、精细工、细密工”等独特的雕刻方法，还形成了“开脸二十八刀”等简单实用的雕刻理论。

永清核雕最初的原料为橄榄核、山桃核、毛桃核，随后发展为樱桃核、玉石、竹木牙角、米粒、马蹄等，原料广泛。在创作工艺上，永清的核雕艺人集石雕、玉雕、木雕技法于一体，采百家之长，不但继承发扬了京作雕刻之大气，又融入了燕赵之豪迈，同时吸收了苏工精细逼真的特色，作品形成了“细腻、精巧、雄奇、飘逸”的艺术风格。

与马国庆一样，单士超以前每周六也去潘家园摆摊。“今年我们开辟了线上销售，全是订单制作。”单士超说，公司在网上商城有两个网店，同时还在廊坊市区开有直播销售店，目前电商销售占到80%以上。

目前，永清大部分核雕企业已经复工，不少核雕企业开启“线上销售”“云办公”“云培训”等模式，积极寻求转型升级，带动全县核雕产业高质量发展。

动动手指“游海博”

本报记者 商 瑞

3D导航游览、线下沉浸式体验、线上全景式展现……位于中新天津生态城的国家海洋博物馆被誉为“海上故宫”，在这里，随处可见的智慧应用给游客带来了舒畅的游览体验。

步入国家海洋博物馆中央大厅，映入记者眼帘的是一个长8米、高2米的智慧互动屏。屏幕上，上千张展品照片化身成一个个海洋气泡，组成一面气泡墙。轻点气泡，参观者不仅可以360度浏览电子展品，还能观看知识拓展小视频。游客可以将感兴趣的展品添加到“我的行程单”，扫描二维码，即可形成定制化游览线路，实时获取行程信息，并可享受导航服务。

国家海洋博物馆不拘泥于传统的展示方式，通过建立多媒体交互系统，将虚拟内容与现实展品信息相结合，以数字化手段丰富展示内容。目前，海博馆正在持续升级优化“寻海”AR，观众只要动动手指就可以通过移动端享受掌上交互式AR体验，在娱乐的同时获得海洋知识。

为满足游客“云游海博馆”的文化需求，国家海洋博物馆积极开发线上资源，在官网、微信、微博等平台策划推出“云课堂”“云直播”“微视频”“海博电台”等线上栏目，观众阅读、点击量达千万人次。

目前，游客登录海博官网“馆藏精粹”栏目，即可欣赏已开放展厅的482件精选展品，实现足不出户“畅游海博”。

守着东生围，留存百年记忆

本报记者 乔金亮 通讯员 唐丽琴

夏日，艳阳高照，在江西省安远县镇岗乡老围村的东生围景区，游客络绎不绝。安远历史悠久，古迹很多，东生围围屋群就是其中之一。

东生围始建于清道光二十二年，距今有170多年的历史，是全国最大的方形围屋。在东生围周边，还有全国最小的方形围屋米升围，加上磐安围、尉廷围、尊三围等围屋，构成了一个庞大围屋群。

当地人称东生围为“老围”，这也是老围村的由来。“老围”呈方形，外面的围墙高耸，皆为青砖垒砌而成，四角均建一座高出围屋一层的炮楼。围屋高9.3米，墙体厚1.3米，为4层楼房，一二层用河石砌成，桐油石灰灌缝，坚硬如铁。围外连接墙体设深1米、宽3米护围沟。整座围屋集防盗、防火、防水于一体，是一座易守难攻的“城堡”。围内共有199间房间，有9个天井18个厅堂，俗称“九井十八厅”，由7扇大门进入，7条街道16条小巷子在围内环绕相通。

今年5月，尉廷围内刚建成的安远县首个客家文化博物馆成了网红打卡点。东生围客家博物馆面积2407平方米，共有实物展品300多件，详细展示当地客家文化习俗、客家农耕源流。石磨、犁头等老农具在围屋里成为“座上宾”，馆内展品多为热心群众捐赠。

赣南是客家人的聚居地，仅安远县的客家围屋现存就有50余座。近年来，县里成立了围屋保护利用领导小组，对现有围屋进行修缮保护，聘请专业建筑保护设计公司编制维修方案，按照“不改变原状、最小干预、使用原材料原工艺”的原则进行分批抢修。同时，注重激活民间力量，调动村民参与保护利用的热情，制定村规民约，成立围屋理事会，健全县、乡、村、组4级保护网络，营造围屋保护利用的良好社会氛围。

改造后的东生围景区以规模宏大、格局独特的古围屋建筑群和典型传统的山水田园环境为突出特征，融合“围屋建筑文化、客家民俗文化、红色革命文化、休闲度假文化”等五大文化，打造了“迎客区、观客区、乐客区、忆客区、留客区”五大功能区域，构建集观光、文化体验、休闲度假于一体的特色围屋旅游区。

老宅换新颜，门庭似当年。围屋的变化，老围村村民看在眼里，喜在心上。今年67岁的陈培进从小就生活在东生围，现在搬出了围屋。他以自己的3间房屋入股了景区，田地也租给了景区。陈培进说：“我是从围屋里出来的，围屋是我的根。老围开发后，我现在不仅有股份有租金，还在景区里上班，守着围屋，守着最初的记忆。”

在保护客家围屋的基础上，安远县深入挖掘客家文化内涵，把围屋活化利用作为重要抓手，培育发展特色文化旅游产业。结合客家特色美食、采茶戏等客家文化，着力打造“客家美食节”等客家特色节庆活动。同时，开发客家文化旅游纪念品，如采茶戏服饰、竹编、根雕等，通过串联一系列客家文化，大力发展客家文化旅游。

如今，一座座古老的围屋镶嵌在山清水秀的乡村田野间，恰似一幅生态山水画，百年老围焕发着勃勃生机。

南浔古镇“活”起来

近年来，浙江省湖州市南浔区寻求南浔古镇和流经古镇的頔塘故道保护与开发利用的动态平衡，制定出台了古镇保护利用行动计划，打造古镇活态利用样板。图为游客走在南浔古镇通津桥上。 新华社记者 黄宗治摄