

会员专供 注意保存

# 风景工作参考

主办单位：中国风景名胜区协会

(总第194期)

## 本期要目

- 给子孙后代留下珍贵的自然遗产——国家公园体制三大看点
- 洱海首批客栈恢复营业，曾经的“诗和远方”还能回来吗？
- 看兵马俑要带身份证了，全国还有哪些景区实名制
- 从消费者吐槽看景区体验痛点在哪里
- 景区非遗演出别演过了头
- 世界遗产称号反而会给城市带来杀机？
- 日本探讨街道无电线杆化 世界遗产地或将优先执行

---

2017年9月30日

(所载内容不代表本编辑部观点)

# 目 录

## 热点关注

- 给子孙后代留下珍贵的自然遗产——国家公园体制三大看点 -----3  
洱海首批客栈恢复营业，曾经的“诗和远方”还能回来吗？ -----8

## 新闻摘要

- 看兵马俑要带身份证了，全国还有哪些景区实名制 -----10  
神农架全面启动自然资源统一确权登记试点 -----12

## 社会纵横

- 从消费者吐槽看景区体验痛点在哪里 -----12  
看丽江的幻灭，中国式旅游，最丑的风景是人 -----19

## 时事评论

- 景区非遗演出别演过了头 -----21  
景区“限流”比游客“错峰”更重要 -----23  
别让“天价”商品煞了景区风景 -----24  
“52处世遗”彰显负责任大国对人类文明的担当 -----26

## 世界遗产

- 世界遗产称号反而会给城市带来杀机？ -----28

## 环球博览

- 日本探讨街道无电线杆化 世界遗产地或将优先执行 -----32
-

# 给子孙后代留下珍贵的自然遗产 ——国家公园体制三大看点

【新华社2017年9月26日】《建立国家公园体制总体方案》26日正式出台，中国国家公园建设进入实质性阶段。国家公园是什么“公园”？为谁所有，由谁来管？普通百姓怎么受益？

## 国家公园是什么“公园”？

祁连山，我国西部重要生态安全屏障，黄河流域重要水源产流地，也是我国生物多样性保护优先区域，但因矿藏富集面临无序攫取造成的环境破坏……2017年6月，中央全面深化改革领导小组第三十六次会议审议通过《祁连山国家公园体制试点方案》，这片珍贵而脆弱的生态系统，将得到更为严格系统的保护。

国家公园虽然带有“公园”二字，但它既不是单纯供游人游览休闲的一般意义上的公园，也不是主要用于旅游开发的风景区。

“国家公园是众多自然保护地类型中的精华，是国家最珍贵的自然瑰宝。”世界自然保护联盟驻华首席代表朱春全说，建立国家公园的首要目标是保护自然生物多样性及其所依赖的生态系统结构和生态过程，推动环境教育和游憩，提供包括当代和子孙后代的“全民福祉”。

方案提出，国家公园是我国自然保护地最重要类型之一，属于全国主体功能区规划中的禁止开发区域，纳入全国生态保护红线区域管控范围，实行最严格的保护。

“我国的国家公园建设坚持三个理念：生态保护第一、国家代表性、全民公益性。”清华大学教授杨锐说，相比以审美体验为主要目标的风景区，国家公园是中国生态价值及其原真性和完整性最高的地区，是最具战略地位的国家生态安全高地，例如三江源、大熊猫、东北虎豹、神农架和武夷山等国家公园体制试点都具有这样的特征。

“国家公园，就是要把最应该保护的地方保护起来，世代传承，给子孙

后代留下珍贵的自然遗产。”国家发展改革委有关负责人说。

### 为谁所有，由谁来管？

巍巍昆仑脚下，青藏高原腹地，长江、黄河、澜沧江孕育而生。三江源这块中国大陆生态最为敏感的“皮肤”，正在成为名副其实的野生动物天堂。

2016年，我国首个国家公园体制试点——三江源国家公园体制试点获批。随后成立的三江源国家公园管理局，整合了所涉4县国土、环保、农牧等部门编制、职能及执法力量，建立了覆盖省、州、县、乡的4级垂直统筹式生态保护机构。

“国家公园应由全体国民所有。”国家发改委有关负责人说。根据方案，国家公园内全民所有自然资源资产所有权由中央政府和省级政府分级行使，条件成熟时，逐步过渡到由中央政府直接行使。重点保护区域内居民要逐步实施生态移民搬迁，集体土地优先通过租赁、置换等方式规范流转，由国家公园管理机构统一管理。

“方案明确提出建立统一事权、分级管理体制和财政为主的多元化资金保障制度，回答了国家公园哪些是国家的、哪些是地方的，哪些归国家管等一系列‘权’‘钱’难题。”国务院发展研究中心研究员苏杨说。

根据方案，未来将组建一个部门统一行使国家公园自然保护地管理职责。相关部门依法对国家公园进行指导和管理。

苏杨强调，必须改变当前自然保护地碎片化和多头管理的问题，打破部门和地域的限制，使日常管理、综合执法、经营监管等都政出一门。

“建立统一的国家公园和自然保护地管理部门，并非不需要跨部门以及中央和地方的协调与配合。反而更加强调构建服务型政府，加强部门之间、中央和地方之间、政府、企业、社会团体和个人之间的协调和配合。”朱春全说。

国家公园体制的建立，核心是体制创新。据了解，东北虎豹国家公园体制试点立足国有林地占比高的优势，探索全民所有自然资源所有权由中央政府直接行使。湖北省整合有关管理职责，成立神农架国家公园管理局，统一承担1170平方公里试点范围的自然资源管护等职责。

国家发展改革委有关负责人表示，我国的国家公园建设，将把创新体制

和完善体制放在优先位置，做好体制机制改革过程中的衔接，成熟一个设立一个，有步骤、分阶段推进。

### **普通百姓怎么获益？**

以美国黄石国家公园为代表，各国的国家公园都坚持公益属性。中国的国家公园未来将怎么收费？

“在国家公园体制试点过程中，由于理解上的偏差和缺少明确规定，曾一度出现各部门各地方纷纷设立不同类型的所谓‘国家公园’，导致对国家公园的‘认识误区’。”中国科学院科技战略咨询研究院副院长王毅说。

杨锐强调，国家公园作为最为珍贵稀有的自然遗产，是我们从祖先处继承，还要完整真实地传递给子孙万世的“绿水青山”和“金山银山”。因此，国家公园在局部利益和个体利益面前要始终以国家利益为重。

“国家公园强调全民公益性，主要体现在共有、共建和共享上。”国家发改委有关负责人说，在有效保护前提下，为公众提供科普、教育和游憩的机会。

杨锐建议，国家公园制度设计中，应保证每个国民平等参访的权利，为此国家公园应以国民福利为原则，实行低费用门票以及相配套的预约制度。

根据方案，立足国家公园的公益属性，将建立财政投入为主的多元化资金保障机制。国家公园实行收支两条线管理，各项收入上缴财政，各项支出由财政统筹安排，并负责统一接受企业、非政府组织、个人等社会捐赠资金。

“下一步将加大政府投入，推动国家公园逐步回归公益性。”国家发改委有关负责人说。

### **新闻链接：中国十大国家公园体制试点都在哪儿？**

《建立国家公园体制总体方案》26日正式公布。我国目前有10处国家公园体制试点，是我们要留给子孙后代的珍贵自然遗产。一起来看看，这10处“宝地”都在哪儿吧！

#### **三江源国家公园体制试点**

三江源是长江、黄河和澜沧江的源头地区。作为“中华水塔”的三江源，是我国重要的淡水供给地，维系着全国乃至亚洲水生态安全命脉，是全球气候变化反应最为敏感的区域之一，也是我国生物多样性保护优先区之

一。

三江源国家公园体制试点是我国第一个得到批复的国家公园体制试点，面积12.31万平方公里，也是目前试点中面积最大的一个。

### **大熊猫国家公园体制试点**

顾名思义，这个试点就是为保护“国宝”大熊猫的栖息地而设立的。总面积达2.7万平方公里，涉及四川、甘肃、陕西三省。

尽管大熊猫的灭绝风险从“濒危”下调为“易危”，但其栖息地碎片化问题严重。国家公园体制试点加强大熊猫栖息地廊道建设，连通相互隔离的栖息地，实现隔离种群之间的基因交流。

### **东北虎豹国家公园体制试点**

野生东北虎是世界濒危野生动物之一，目前仅存不到500只。东北豹属金钱豹东北亚种，是目前世界上最为濒危的大型猫科动物亚种之一，被世界自然保护联盟濒危动物红皮书列为极危物种，其野生数量只有50只左右，大部分生活在中俄边境地带。

东北虎豹等大型野生动物的活动半径非常大。东北虎豹国家公园体制试点选址于吉林、黑龙江两省交界的广大区域。

### **湖北神农架国家公园体制试点**

神农架国家公园体制试点位于湖北省西北部，拥有被称为“地球之肺”的亚热带森林生态系统、被称为“地球之肾”的泥炭藓湿地生态系统，是世界生物活化石聚集地和古老、珍稀、特有物种避难所，被誉为北纬31°的绿色奇迹。这里有珙桐、红豆杉等国家重点保护的野生植物36种，金丝猴、金雕等重点保护野生动物75种。

试点区位于神农架林区，面积为1170平方公里。

### **浙江钱江源国家公园体制试点**

钱江源国家公园体制试点位于浙江省开化县，这里是钱塘江的发源地，拥有大片原始森林，是中国特有的世界珍稀濒危物种、国家一级重点保护野生动物白颈长尾雉、黑麂的主要栖息地。

试点区包括古田山国家级自然保护区、钱江源国家级森林公园、钱江源省级风景名胜区等范围，秀美的景色可想而知！

### **湖南南山国家公园体制试点**

位于湖南省邵阳市城步苗族自治县，试点区整合了原南山国家级风景名胜区、金童山国家级自然保护区、两江峡谷国家森林公园、白云湖国家湿地公园4个国家级保护地，还新增了非保护地但资源价值较高的地区。

这里植物区系起源古老，是生物物种遗传基因资源的天然博物馆，生物多样性非常丰富；还是重要的鸟类迁徙通道。

### **福建武夷山国家公园体制试点**

武夷山是全球生物多样性保护的关键地区，保存了地球同纬度最完整、最典型、面积最大的中亚热带原生性森林生态系统，也是珍稀、特有野生动物的基因库。

武夷山国家公园试点位于福建省北部，试点范围包括武夷山国家级自然保护区、武夷山国家级风景名胜区和九曲溪上游保护地带等。

### **北京长城国家公园体制试点**

目前，北京长城国家公园体制试点区总面积是10个试点中最小的，也是少有的展现了八达岭长城世界文化遗产这种人文景观的国家公园。

试点区位于北京市延庆区内，整合了延庆世界地质公园的一部分、八达岭—十三陵国家级风景名胜区的一部分、八达岭国家森林公园和部分八达岭长城世界文化遗产。

试点区要追求人文与自然资源协调发展。

### **云南普达措国家公园体制试点**

位于云南省迪庆藏族自治州香格里拉市的普达措国家公园试点，拥有丰富的生态资源，拥有湖泊湿地、森林草甸、河谷溪流、珍稀动植物等，原始生态环境保存完好。

### **祁连山国家公园体制试点**

祁连山是我国西部重要生态安全屏障，是我国生物多样性保护优先区域、世界高寒种质资源库和野生动物迁徙的重要廊道，还是雪豹、白唇鹿等珍稀野生动植物的重要栖息地和分布区。

试点包括甘肃和青海两省约5万平方公里的范围。祁连山局部生态破坏问题十分突出，多个保护地、碎片化管理问题比较严重。试点要解决这些突出问题，推动形成人与自然和谐共生新格局。

（记者：安蓓、高敬）

## 洱海首批客栈恢复营业， 曾经的“诗和远方”还能回来吗？

【云南信息报2017年9月22日】自从3月份洱海“治理令”一纸落下，洱海仿佛进入了寒冬期，1900家客栈被关停，游客忽然骤减，许多人都在等春暖花开的那天。半年过去了，通过审核的首批28家客栈将于近日重新开业。这一次，美景和环保能否共存？

近日，大理市海东镇向阳村委会中节村8组的临海客栈“璧海雅苑”迎来了一个大喜的日子：响应保护洱海号召，自行关停5个月后，终于重新开业了！

“璧海雅苑”是海东镇唯一符合条件重新开业的客栈，该客栈国土、规划、建设手续合法，排污许可、工商营业、税务登记、卫生许可、特种行业许可、消防安全检查合格6证齐全，安装了公安联网“金硅系统”，污水处理一体化设施已接入截污干渠，并安装了进水电磁流量计，经向所在乡镇提交开业申请后，又经过相关部门严格复核，公示期为9月13日至17日。

18日，海东镇经济发展办公室工作人员亲自上门为客栈启封，允许客栈恢复营业。

目前，大理市共有首批28家客栈符合条件重新开业，开业时间以各乡镇公示期满时间为准。

### 担心：没有餐饮恢复经营后没客源

2012年，家住洱海环海公路边的大理市海东镇向阳村委会中节村8组村民赵子宝在全镇开起了第一家“农家乐”——“向阳人家休闲园”。休闲园有10多间老瓦房，以白族特色餐饮为主，每天可接待100多人吃饭。几年前新盖起的楼房里，也有少量的几间客房。后因不能以地名申报营业执照，休闲园更名为“璧海雅苑”，同时申报了餐饮服务和客栈两项业务，除了餐饮之外，还经营了14间客房。

在此次首批恢复营业的28家客栈中，就有“璧海雅苑”。赵子宝的儿子赵富斌介绍，“能开门了，心里虽然高兴，但全镇连个卖早点的都没有。这里离下关市区又有20多公里，以前是吃住一条龙，现在人家来住，吃的却不配套，没有餐饮，成了恢复经营后的最大制约。”



## 背景

### 拯救洱海 关停1900商户

“洱海水质已经处于一个拐点阶段，处理不好就会成为下一个滇池。”大理市环保局副局长杨少川曾坦言，洱海周边人类活动已经超过其环境承载力，抢救势在必行。

为促进洱海水质稳定改善，今年3月31日，大理市人民政府发布《关于开展洱海流域水生态保护区核心区餐饮客栈服务业专项整治的通告》，对洱海流域水生态保护区核心区餐饮客栈等服务业开展整治。专项整治以来，共叫停核心区餐饮客栈经营户1900户。

而与此相对应的，是许多当地居民的一阵叫好，“支持治理洱海，坚决抵制一切污染洱海的行为”，“不能以破坏洱海生态为代价，换取旅游业繁荣”，“别让洱海，成为下一个滇池”……

### 客栈暂停营业 双廊日均游客仅百人

5月10日，距离餐饮客栈暂停营业差不多一个月。

一面是绝大部分餐饮客栈证照不全，停业或将持续；另一面，数据显示，这一个月来，游客大幅减少，以双廊为例，日均游客量仅为数百人。

双廊镇一改以往喧嚣的车流和穿梭的游客，一路上，除了随处可见的“保护洱海”“抢救洱海”宣传标语外，许多路段被围挡起来，开展环湖截污工程施工的机械隆隆作响。

面对零星前来寻找落脚地的游客，客栈老板们用手指指门上的公告，摆摆手客气道，“不好意思，住不了，我们暂停营业了。”

街边小店也早早关门，彼时，太阳还没落山。

大理市双廊镇党委书记娄增辉说，“多数游客进来转一圈就出去了，因为现在吃饭和住宿都没地方，有些超市会提供热的饮用水。”

而此前，这座千年古渔村的游客量曾创下单日8.4万人的神话。

### 井喷的旅游业后是巨大的环境压力

一份来自当地的数据显示，按相关标准测算，洱海流域环境人口最佳承载容量为20万人，极限为50万人。

但目前洱海流域人口大约有86万，加之一年上千万人次的旅游流动人口，远远超过洱海环境承载能力。

据媒体报道，2016年，洱海流域污染负荷排放总量与2004年相比增加了50%以上。在各种主要污染来源中，餐饮、客栈服务业带来的污染是增长最快的。

“我家门口的洱海已经变了样，发生过好几次蓝藻暴发，每次都臭得很。”有客栈老板表示。

今年1月初，媒体曾大篇幅报道过洱海蓝藻连片集中暴发，散出恶臭。而此前，洱海分别于1996年、2003年、2013年爆发过大规模蓝藻。

基于此，这次洱海治理也称作“抢救式”保护。

通过一系列整治，今年1月至5月，洱海全湖水水质综合类别均为Ⅱ类，这是自2006年以来的12年中第3次保持5月达Ⅱ类水质情况；6月至8月，全湖水水质综合类别为Ⅲ类，6月、7月透明度均比2015年、2016年同期高，8月与2016年及多年同期持平。主要湖湾水域沉水植物生长较好，近岸水体感观明显好于往年同期。

“下关风，上关花，苍山雪，洱海月”，依托丰富的自然资源与人文历史沉淀，大理的旅游业兴起，在2013年到2016年间，游客量呈现井喷式发展。

作为一个旅游热点城市，把近2000家客栈餐馆叫停，地方政府整治的决心可见一斑。

保护洱海与发展旅游如何共存，大理或许仍有一段路要走……

（来源：中国新闻网、昆明信息港、云南网、春城晚报）

## 新闻摘要

### 看兵马俑要带身份证了，全国还有哪些景区实名制

【新京报2017年9月8日】这个十一假期，到陕西看兵马俑的游客要记得带上身份证。为控制参观秦兵马俑的游客数量、方便游客参观体验，从今年10月1日起，秦始皇帝陵博物院实施观众接待实名制售检票。

据了解，秦始皇帝陵博物院按照《旅游法》和国家旅游局《景区最大承载量核定导则》要求，实施观众接待实名制售检票。具体来说，秦始皇帝陵博物院的门票预售将采取实名制方式，通过线上预购到秦始皇帝陵博物院门票的观众，在到达博物院后，可以在人工窗口和自助售取票机凭购票人二代身份证领取参观纸质门票。检票时须门票、证件、人三者一致方可入院参观。

每到“黄金周”，国内知名的景区都将迎来一年之中的接待量高峰。近年来，秦始皇帝陵十一假期单日接待量屡破新高。景区也采取远端分流、单进单出等积极措施缓解游客压力，但难以从根本上调节景区内游客总量。

公开报道显示，《旅游法》实施以来，国内已有10家景区采取了实名制售票措施。除陕西秦始皇陵兵马俑，还有故宫、湖北三峡大坝、江苏南京总统府、河南云台山景区、湖南张家界、凤凰古城、黄龙洞、福建武夷山等。

有些景区实施实名制购票后现场不销售门票，这种控制游客流量的效果更明显。比如张家界天门山、大峡谷景区，从今年5月开始实施实名制购票，现场不再销售门票。南京总统府，也于今年“五一”前实施实名制预约，当天约满停售。

### **声音：景区也要做好信息发布**

北京第二外国语学院旅游学院教授王富德介绍，景区采取实名制预约售票可以掌握当日游客进入景区的总量，依据景区自身的承载量调节售票。这在国内很多景区已经实施，而且效果不错。“国际上，实施门票预约等方式，对景区接待旅游者的数量进行控制，也是比较常见的。”

他介绍，按照《旅游法》要求，景区最大承载量由景区主管部门组织核定。但不同的景区对最大承载量的定义不尽相同。景区最大承载量一般包括日最大承载量与瞬时最大承载量两类。由于景区类型不同，有的是山岳型景区，有的是游乐型景区，有的是文博场馆，不同类型的景区，最大承载量的表现形式存在差异。

而且，有不少景区是文保单位，本身对游客进入量要求就高，所以兵马俑等历史文化景区更应实施实名制预约购票，也便于景区自身的安全管理。王富德同时也强调，景区通过实名制预约购票调节游览量也要做好信息发布，不能让游客到了现场才知道自己扑了空。按照国家旅游局的要求，景区

要对外公示最大承载量，每日门票发售量也要提前公示。“景区应该善用优惠手段引导游客错峰游览，比如早上游客少的时段，不如将票价打折。”

（记者：郭超）

## 神农架全面启动自然资源统一确权登记试点

【湖北日报2017年9月13日】日前，神农架正式启动国家公园自然资源统一确权登记试点工作，计划用一年时间划清全民所有和集体所有之间的边界。届时，神农架国家公园内的每一处山体、土地、水流、滩涂等自然资源都将有“主人”。

神农架开展此次自然资源确权登记工作，清晰界定各类自然资源的产权主体，推动建立归属清晰、权责明确、监管有效的自然资源产权制度，支撑自然资源严格保护和有效监管。此次试点在不动产统一登记的基础上，将构建自然资源统一确权登记制度体系，重点探索国家所有权和代表行使国家所有权登记的途径和方式，明确自然资源登记范围，梳理自然资源资产权利体系，开展自然资源统一确权登记，加强自然资源登记信息的管理和应用。

（记者：翟兴波 通讯员：张珊珊）

### 社会纵横

## 从消费者吐槽看景区体验痛点在哪里

【新旅界2017年9月11日】伴随着全球旅游进入亚洲时代，以及中国消费结构升级，未来我国旅游发展的新动能在哪里？

上海大正市场研究公司采用互联网数据抓取和搜索技术，覆盖了全国范围内190个城市的792个旅游景点，抓取了2016年7月1日-2017年5月31日消费者在携程、驴妈妈、百度旅游、同程、去哪儿、蚂蜂窝、猫途鹰、途牛等八大在线旅游网站的总计超过500万条点评数据，通过总结比对消费者对旅游

目的地城市、景区、度假区、航空公司、旅行社等旅游产业各方的体验和认知评论文本数据，得出了这份消费者趋势洞察报告。

### 什么是消费者升级？

都在讲消费升级，到底何为消费升级？各方说法比较共通的一点是：收入提高，更愿意花钱了。

通过数据分析得出，就整体而言，消费者对景点价格的吐槽在过去一年里下降了5%。但是，我们看看消费者是怎么说的呢？

“联票200，买的时候觉得挺贵的。但一天逛下来还是觉得挺值的。里面有旅客服务中心，免费提供开水、图书、充电冲，摆渡船免费坐，接驳大巴免费乘，WiFi全覆盖……门票看起来是贵，但整个游玩的过程很舒服啊。”

“门票不贵就10块而已，但二次消费让人感觉很不爽，里面就一个湖，如果泛舟湖上的话船票50块！不坐船吧也根本没有什么可玩的了。”

可见，消费者愿意花钱，但更关注消费体验，愿意为好的消费体验（产品品质）支付一定的溢价。

### 消费者的体验痛点在哪里？

从旅游体验出发，消费者对于旅游消费有哪些体验需求？避开老生常谈的如排队、餐饮、娱乐设施等话题，我们抽取了一些消费者提及不多，但痛点指数很高的环节，看一看消费者对它们的感知如何，并从体验的角度来洞察消费者的8大心理需求。

#### 景区“最后一公里”我要“便捷”——直达，充裕的/免费的接驳交通

这里的“最后一公里”指的是消费者离开公共交通工具或私家车以后，到景区入口的那段路，或景区内，不同景点之间的那段路。从消费者体验来看，目前消费者在景区“最后一公里”上面临如下问题：

到达难：景区出入口与停车场、公共交通站点之间距离远，没有衔接交通。

——“售票口与停车场有2里地，景点入口距离售票口4里地，一个字，累！”

流动难：同一景区不同景点之间交通衔接不力。

——“景区景点分散，一般游客至少要逛两个以上的景点，频频遭遇换

乘难、摆渡难。”

服务差：有衔接交通的，管理、调度的又不到位，接驳车延误、等待、收费贵等情况频出。

——“去入口的大巴不是按时间发车，而是坐满了才发车，运气不好等半天。”

出来玩便捷最重要。

——“为什么自驾？就是图方便啊，结果你停车场和景点入口距离那么远，走过去累死，等摆渡车急死。设计的时候能不能考虑一下游客的体验啊，能不能直达啊！”

但是景区规划有一定的时空局限性，当这最后一公里已然存在时，从规划上改变伤筋动骨，绝非易事，但景区依然可以提供一个让旅客感觉“舒适的”解决方案——规范、充裕的接驳交通，最好还是免费的。

且看乌镇的成功案例：“摆渡船免费坐，东西栅之间接驳大巴免费坐，虽然旺季的时候等车会排队，但服务很好。不想等也有收费的车可以做，也都很规范的。200的门票看似贵其实值当。”

### 景区外导视，我要“省心”——实时动态导视系统，含路况导航及景区导览

随着自助游、自驾游的日益流行，景区外（目的地）导视需求攀升，即使非自驾游游客如若未做详尽的出行攻略，都很容易遇到类似于“岔路口没有指示牌，还要找个地方停车导航，有些景点偏新或较偏远的时候导航还不一定对的，就有可能跑冤枉路”或“出租车司机绕路，景区小公交不报站也不停站坐过了司机还怪我为什么不说”等糟心事。总结而言，在景区外导视环节，目前主要有以下两大问题：一是没有导视，或导视精准度不足，给出行带来困扰；二是缺少实时信息提醒服务，增加了用户的出行过程中的不确定性。

——“就是冲\*\*\*（景点）去的，结果该景点施工不开放……而门票售出概不退票……虽然景色还不错，但这服务太差了，以后也不会再来了。”

实时信息提醒，是指基于用户地理位置变化和时间推移的实时导视服务，如前方路况、当前人流量、建议参观顺序等等。它不仅可以帮忙游客更科学合理地安排游览路线和分配时间，还可以避免因信息到达不及时而给游

客带来直接损失。

随着技术进步，这些都已可实现，即使在技术不成熟的时候其实也可以通过更多的细节尽可能的提供给游客更有效的指引，让游客满意而归。

且看斯里兰卡的成功案例：“一路上每个休息站都有公告牌告诉你从这里出发可以到达的景点有哪些，以及景点的介绍、当前距离，据此我就可以判断要不要去某个景点，先去哪个景点……”

### **景区内导视，我要“省力”——清晰、明确，自成一景**

自助游、自驾游日益盛行，也对景区基础服务设施提出了更高的要求——景区需提供给游客即使在无导游的情况下也可轻松游览，满意而归。此时，景区内导视系统的导向、解说及警示等内容就显得尤为重要了，而纵观消费者旅行体验来看，当前景区在这一系统的建设上至少还存在以下两大问题：一是景区内标识设置不齐全。“里面也没有指示牌，很多时间都浪费在找景点上。”二是导视系统维护管理不到位，造成错误指引。“美食街的活动结束了，结果指示牌还一直立着，跟着指示牌，结果指引到一处废墟。”

诸如此类问题的存在，让景区标识不仅没有起到原本的指示引导作用，反而干扰了游客的视线，妨碍了有效旅游信息的传达，造成景区的景观质量下降。

而结合成功案例来看，好的景区导视系统，不仅需要清晰、明确，还要自成一景。如厦门：厦门市街头林立着很多以海洋元素设计的指示牌，清新亮丽、指示清晰，已然成为厦门一景。

### **景区内基础设施，我要“舒适”——配套升级，管建并举**

景区基础设施直接影响着游客在景区内的舒适度，是游客出行体验非常关键的一个部分，但从目前的消费体验来看，景区在基建上仍然任重道远：

一、基础配套不完善，数量不足，分布不当，难以满足游客需求。

“海滩冲脚的地方设置太少，冲个脚排20分钟队。”

“沿途垃圾桶偏少，卫生间偏少，造成游客不得不随地丢弃垃圾，随地小便”。

二、基础配套缺乏人性化的细节处理，游客体验差。

“卫生间没有水可以洗手。”

“竹筏没有棚也没有伞，要么晒死要么淋死。”

当然，也有消费者体验超级棒的成功案例——苏州园林：“值得一提的卫生间超级干净，虽然景区人很多，但卫生间的洗手液和纸巾盒总是满的。”

### 景区内便民服务，我要“物有所值”

百度搜索“景区便民服务”会发现早在2012年前后各地各大景区就陆陆续续建起便民服务站，那么到今天，消费者们感受到的便民服务是什么样呢？

#### 一、缺少便民服务。

“行李只能寄存到便利店，大包80，中包50，小包30。”

“坐的凳子不够，母婴室没有，几百的门票搞点让人可以自己接水喝的饮水机也不过份吧？”

以上大约有两种可能，一种是某些景区确实还没有提供便民服务；另一种情况是，景区提供的便民服务并非消费者需要的便民服务。

#### 二、鸡肋便民服务，是指聊胜于无，但又有后患的服务。比如：

“自动售货机可以买水，但只接受20元以下面值。”

“游客服务中心可以免费寄存行李，但只能寄存到当天下午四点十五分。”

便民服务说起来应该算是增值服务，“方便”和增“值”都很重要！

成功案例——日本环球影城：“水可以在园内自动售货机买，也可以准备一个空杯子，园内有直饮水。”

### 景点的应变，我要“放心”——系统应变不够，人性服务来凑

景点的应急能力主要可从以下几个层面来看：

一、缺少针对突发事件的应急配套或虽有却形同虚设，这里考验的是景区常规的应急机制建设与管理，比如常规的医疗保障，但消费者的体验是：

“不小心擦伤，周围小店都没有急救包更别说医务人员了，只能矿泉水冲一下。”

#### 二、与技术进步相对应的配套服务的应变不力。

“买的套票，结果还要分开窗口取票。”

#### 三、对市场变化的应变能力不够，典型的例子是国家开放二胎政策后，



三口游变四口游，然而：

“亲子套票是含‘两大一小’，只好让爸爸一个人带着两个宝宝进去玩，结果在乐园入口就被工作人员拦住，称家庭票是‘两大一小’的门票，所以只能是两个大人带一个孩子进去，而不能是一个大人带两个小孩进去”。

“安全需求”是建立在人类与生俱来的最基本的生理需求之上的首要需求，所以在外出旅游时，景区安全便成为游客普遍关注的有关切身利益的首要问题，让游客“放心”是景区建设的重中之重。

从更加宽泛的层面来看，应急包含了各种应对非常规、突发事件的处理能力，在这个层面上，现阶段人胜机器，共情和人性化总是不错的。

且看新加坡摩天轮的成功案例：“快轮到的时候下雨了，摩天轮暂停运转……工作人员非常人性化，帮我们改了场次，还赠送了市区观光旅游车，让我们打发等待的时间。”

**景点的美拍，我要“美与个性”——严守文化定位，创意配套、巧设景观**

智能手机让美拍变得无处不在，来到景区自然更要拍拍拍。然而消费者拍到的景区是这样的：

一、景区卫生维护不到位，破坏整体环境。

“想要拍个照都找不到地方，人多混乱也就算了，到处是垃圾，沙子里都有烟头。”

二、自然景点处商业气息浓厚，影响拍照体验。

“在适合拍照和休息的地方总有商家出现，收费颇高……破坏了景点的自然韵味。”

三、基建的规划设计缺乏创意。

“景区的垃圾桶太老套了，拍照时要特别注意躲开。”

结合成功案例来看，未来，环境治理和管建是基础，文化和创设才是重头戏。

成功案例可见泰国拜县草莓园：“山沟沟里的草莓园，但园区把草莓元素运用到了极致，提供各样与草莓有关的道具供游客拗造型。”

**互联网+智慧旅游，要“畅快、有趣”——体验先行，想人之所想及人**

## 之所未想

迎着“互联网+”的东风，各大景区景点都在积极投入“智慧景区”“数字景区”的产业升级大潮之中，“在线购票/刷码取票”“智慧停车场”“无现金景区”“微信公众号”“景区APP”等等智能应用和工具现身旅游市场，初期来看：

一、景区基础配套跟不上。

“声称WiFi全覆盖，可信号时强时弱，有时根本连不上……”

二、智能工具使用体验差。

“作为电子讲解的手机根本定不到人在的展厅，更别说文物的位置了。且反应滞后，正在看的和他讲的永远对不上。”

三、智能服务呆板、生硬，缺乏趣味性。

“智能讲解重背景的讲解，要听到更多有趣的信息还是要请讲解员”，“声音呆板，听着无趣。”

当然，也有做的不错的，如圆明园：“跟随讲解的电子讲解器，可以直接定位切换具体位置的介绍……还有还原的3D立体动画！看着曾经的辉煌，再对比现在的荒芜……”

### 旅游消费升级的实质是什么？

到此，再回到大数据来看，旅游消费升级的实质是什么？

旅游消费者更加关注“特色”“体验”“省时省力”“导视/指引”“价值/性价比”“文化底蕴”“风格”“趣味”“规范”“亮点”“风情”等。这些关注点实际上要求旅游目的地要从“体验”出发，主动打造自己的特色和亮点，注重体验设计。

旅游消费升级的驱动因素是消费者在满足了基本物质需求的基础上，对精神和文化追求的体现。同时，消费者审美意识觉醒，出国旅游见过更好的产品之后，对国内旅游环境和旅游产品提出了更高的要求。

因此，在旅游消费升级背景下，一个好的旅游产品应该具备：良好的服务体验（便捷、舒适）+优秀的景观设计（有品质的内容，包括文化+精神）+价值优势（高价值！）

（本文由崔大鹏、张春燕为《21世纪经济报道》与南开大学旅游与服务学院举办的第二届“亚洲旅游「红珊瑚」奖”所做报告整理而成）

## 看丽江的幻灭，中国式旅游，最丑的风景是人

【微信公众号旅思马记2017年9月16日】在鸡年春节里，接二连三的游客遭殴打辱骂甚至毁容事件，再一次让丽江贴上了“罪恶之城”的标签。

联系到此前这座小城频频被曝出的“酒托黑导”、“维护费事件”、“罢市事件”……丽江，这个大众眼里曾经的诗意与远方，已彻底堕落成远方的苟且，甚至是狗血。天赐的玉龙雪山和四方古城，最后仍败给了人的作践。

但最大问题在于，丽江并不是一孤零零的存在，而几乎成为整个中国旅游业的一个隐喻。锦绣河山，无限美景，却处处都让人有着“卿本佳人，奈何作贼”的丽江式幻灭，中国式旅游，最丑的风景是人！

很多年前的丽江并不是这样，犹记第一次去丽江，住在古城里20元一晚的客栈，优雅干净，坐在满是花香的庭院里，让好客的房东拎来几个热水瓶，把水倒在脚盆里，就能泡着脚看书发一天的呆。走在古城的青石板路上，天上有最干净的云，面前有最温暖淳朴的笑容，让人觉得世间最美好最诗意的栖居也不过如此。

第二次去丽江是在8年前，雪山古城依旧，只是客栈和商铺更多，但人却已经不对劲了。门面里晃动着的已是带着贪婪的脸，酒吧的每一瓶啤酒都像一把闪亮的刀，各种翡翠店都像是一张张血盆大口，随时准备让你的钱包大出血。帮忙蛊惑的导游，心怀叵测的各种酒托、景托、游托、车托，充斥在这最圣洁的雪山下，充斥在这最古朴的古城里，像一袭华美的袍上爬满了虱子。

再没有去丽江第三次，不是不能，而是实在不想再去。再美的地方，一旦被一群丑陋的人所盘踞，都不会再让人产生一丝的向往。

但国内有很多地方却都在重演着丽江的轨迹，先是藏在深闺人未知，后来天赐的绝美风光终于一朝闻名，天下惊艳，于是游客纷至，随之而来的是滚滚的经济效益。按理说，游客热爱，当地获利，应该从此手牵手一起迎来幸福的双赢生活，可惜，那只是童话里才有的故事。

短时间暴增的收益勾起的只是人性的贪婪。原本淳朴的当地人在尝到金钱的滋味后很快心态扭曲，原本财政贫困的当地政府在滚滚而来的经济效益

面前很快难以自持。依托着绝美风光带来的旺盛人气，一场场针对游客的渔猎盛会很快上演。

从东北到海南，是天价鱼肆虐；在南北之间，是天价虾坐镇。北京一日游，黑导游大骂游客。香格里拉，不参加强制消费项目被赶下车；西安，大雁塔下天价照相门；草原天路，当地政府坐地收费，被新闻曝光后收手；凤凰古城，一度实行捆绑售票，后因观光游客数量下降而取消；川藏线，很多风光秀美的摄影点被当地人任意拉线围住收费，无人出面管理……

旅途甩客宰客，旅游购物坑蒙拐骗，进庙烧个香拜个佛都不会被放过，仍会被逼宰巨额香火钱。有些人选择自驾避祸，但仍不免在一些旅游景区被当地人恶意碰瓷，报警，回复却往往是自行协调解决，最后仍逃不过被痛宰的命运。还有零团费港澳游，游客贪着便宜，商家揣着诡诈，诡诈从来是贪便宜最好的搭档，而无数的旅游狗血闹剧和悲剧正是由这对搭档联手奉献。

没错，在中国，没有其他任何一个行业比旅游业更能这么直接地折射出人性中最赤裸裸的贪婪。事实上，人的贪婪也正是中国式旅游的百病之源。在贪婪的驱使下，壮美山河，无非是敛财的工具，人文历史，不过是宰客的道场，民众对远方的美好向往，不过是可以下手的软肋。

对游客无所不用其极的榨取其实只是贪婪的一面，另一面则是疯狂的毁灭性开发。或为政绩，或为利益，一些地方政府动则投巨资大兴土木，或是增设现代人文景观，大搞园林化，危及自然文化遗产真实性，或是旅游设施过多过滥，破坏不可再生资源。只要看看此前西安“八大奇迹馆”景点中那些化着“双眼皮、红嘴唇”的假兵马俑，再看看河北那段被砌成水泥墙的长城，你就知道这是多么神奇的国度。

几年前，《新周刊》出了一期封面，题为“台湾，最美的风景是人”，台湾我并未去过，但想来那一隅之地的风光就是再秀丽，肯定也无法与大陆相比。只是那句“最美的风景是人”让人感慨。想起茅盾先生在他的名篇《风景谈》里，也曾下过斩钉截铁的断语：人才是最美的风景。

而周围的同事朋友到一些发达国家旅游归来，除了讲述亲历的优美风光和著名景点外，最津津乐道的旅途轶事就是讲述对那一方“人”的不同体验：不再有假货，不再有景点宰客，不再有各种花式的坑蒙拐骗，有对秩序的讲究，有人与人之间起码的礼貌和信任。他们当趣闻说，我们当趣闻听，

但中外的这种差别细品之下，真的一点都没有趣，只会让人心生凉意。

随着居民生活水平的提高，旅游业已经成为新的风口，区域旅游、体验旅游、旅游地产等新概念层出不穷，更多的资本热钱也在无比兴奋地为其涌动着，很多地方在制定各种大手笔的旅游发展规划，有投入、有建设、有引资、有创意、有惠民，却鲜有将“人”的发展放在首位者。但当前的中国旅游真正欠缺的偏偏就是“人”这一课，其他不过是锦上添花，唯有这一课才称得上“雪中送炭”。没有这一课，就是山水再美，设施再光鲜，一个“人”字站不住，就都只能成浮云。

不久前，曾与皖南一位分管旅游的县领导聊天，他就提出建设旅游目的地一定要“人美”，不是说要打美女牌，更不是说人要多漂亮，而是在旅游区域内，一要下大功夫建设美的民风，“人美”才能获得更长远经济效益！旅游业当然应该挣钱，但摒弃贪婪，教化民众，取之有道才是智慧，才是我们的政府眼下最该做的旅游文章，在此，仍要向这种智慧致一次敬。

以中国之大，壮美奇绝的自然风光不可胜数，以中国之古，传承经典的人文历史景观灿若星河。在它们面前，想成就“最美的风景是人”，的确太难。但至少，在它们面前，不应让“最丑的风景是人”，这是最起码的底线。毕竟，对那些上天赐予的，老祖宗留下的，我们这些当代人有义务证明我们还配得上。

但愿丽江之后，再无丽江！

（文：老边）

## 时事评论

### 景区非遗演出别演过了头

【中国文化报2017年9月21日】“文旅结合”是近年来各地在文化和旅游两大领域发展中不容忽视的重要趋势。早在2009年9月，文化部和国家旅游局就联合发布了《关于促进文化与旅游结合发展的指导意见》，从国家层

面重视和推动两大领域的融合发展。非遗作为中华优秀传统文化的重要组成部分，在“文旅结合”的热潮下也成为了许多地区文化对接旅游业的重要资源之一。不少地区将当地的非遗项目特别是表演类的项目引入景区，作为重要的旅游资源进行挖掘、包装、推介。

毋庸置疑，非遗与旅游的“牵手”给双方插上了翅膀，非遗演出赋予了景区更深沉的文化内涵、更丰富的游览内容、更充实的心灵体验。而在旅游业的带动下，大量游客也通过这一演出窗口认识、了解了众多的非物质文化遗产，甚至对非遗产生了更多兴趣，非遗保护理念也因此更为深入人心。但是在具体的实践中，笔者也留意到，一些景区的非遗演出在宣传和推介非遗项目时存在偏差，在非遗节目的呈现方式上也需要改进。

比如，笔者曾见过这样的表演。舞台上，干冰机喷射出一团团白烟，舞台灯光亮起，主持人介绍即将上演的是一个表现侗家人日常劳作情景的节目，然而实际呈现的却是一群侗族小伙子在气势磅礴、跌宕起伏的伴奏音乐下边唱边舞。整场演出下来，观众大概无法领悟侗家人在梯田上辛勤劳作的状态，反倒是有一种到了黄土高原的错觉。同场演出中还有一个节目，是一群侗族姑娘演唱侗族大歌，然而，为了展现侗族人制作侗布的情景，表演唱竟然搭配上了犹如潺潺流水声的音乐伴奏……稍有些了解的人都知道，多声部、无伴奏、无指挥的自然和声是侗族大歌最为典型的特征，而节目中的音乐伴奏不仅画蛇添足，而且干扰了观众欣赏大歌表演。

同是表现类似的非遗主题，在离这个侗寨景区不远的另一个侗寨，笔者欣赏到了一场更显质朴却让人印象深刻的演出。没有华丽的舞台和灯光、音响，只是在鼓楼前的广场上表演，几位侗族青年用简单、纯粹的歌舞展现了侗族年轻人在劳动时的干劲儿十足；由全寨男女老少共同合唱的侗族大歌，更是以清泉般的歌声征服了在场的每一位观众。笔者留意到，在他们表演期间，间或有些小孩子甚至是小狗跑来跑去，但是这些不仅不会打断、影响演出，反而更显示了侗家人包容自在的生活态度。

平心而论，人们在旅游时最希望了解的不仅是当地的自然风光，还有当地人的生活和文化的。因此，非遗演出过多的演绎、过度的包装，不仅不能让观众“买账”，也使得真实、具有民族特色的非物质文化遗产失去了本色。忽略了非遗项目的典型特征，对非遗项目缺乏了解而草率地将非遗节目呈现

给观众，很可能让国内外的观众对我国的非遗项目产生误解，甚至质疑其文化价值，这样不利于非遗项目的弘扬和传播。

因此，景区的非遗演出应该适时进行反思、改进，同时以积极、严谨的态度向专家咨询、学习，如此才能让“非遗+旅游”真正相得益彰，以非遗为灵魂、以旅游为载体的“文旅结合”才能更显实效。

（王学思）

## 景区“限流”比游客“错峰”更重要

【东方网2017年9月21日】2017年国庆、中秋假日将至，全国各地群众出游热情高涨。据国家旅游局提供的数据，预计10月1日至10月8日期间国内旅游人数将达到7.1亿人次。同时，国家旅游局发布了《假日旅游指南》，提示游客可采取错峰出行的方式，趋冷避热赏美景。（9月20日人民网）

国庆、中秋悠长假期将至，预计国内旅游人数将达到7.1亿人次，一些热门景区将会重现人满为患的尴尬景况。基于此，国家旅游局发布了《假日旅游指南》，提示游客错峰出行，既及时又有必要。问题是，对于“错峰出行”的建议，游客未必听得进去，受跟风蹭热心态影响，多数游客仍然会选择“趋热避冷”，导致热门景区更热、冷门景区更冷，热门景区游客爆满的情况，也在所难免。可见，不能过度依赖游客错峰出行，一些热门景区需提前做好限流预警。

众所周知，庞大且持续增长的客流量，令一些热门景区在文物保护、古建维护、游客安全等方面承受巨大压力。为此，《旅游法》规定，景区应当公布最大承载量、景区接待旅游者不得超过最大承载量，要求旅游者数量可能达到最大承载量时，景区要提前公告并及时采取疏导、分流等措施。可见，给景区设置最大承载量，并采取限流措施，既是保障景区安全的必然要求，也是自然文化遗产保护的不二选择。此前据媒体报道，2015年国庆期间，北京南锣鼓巷每天涌入10万多名游客，已经严重超过了“最大承载量”，虽然北京市旅游委提醒“已经不适宜游览”，但未采取干预措施。以至于，2016年进入旅游旺季后，南锣鼓巷又故伎重演，因严重“超载”，被取消A级景区资质。

不可否认，景区限流，会有部分游客因拒绝进入而乘兴而来、扫兴而归，对于他们来说，就是一种不公平。然而，与景区安全和自然文化遗产保护相比，这暂时的不公又算得了什么？特别是，人们都知道，汽车超载是马路“第一杀手”，一旦景区“超载”，其后果会比汽车超载更严重、更可怕。如此看来，景区限流，是有科学依据的，也是一道安全底线。

故宫是我国第一个公布最大承载量、并采取限流措施的景区。自2015年6月13日起，故宫启动单日接待游客不超过8万人次的限流方案，同时全面推行实名制售票，现场散客需持身份证才能购票，旅行社团队则要全部网络预订门票。特别是，自2015年7月6日进入暑期以来，故宫博物院接待的观众量也日益攀升，屡屡逼近8万人次的限流大关。2015年7月11日14时30分，故宫首次启动了止票限流措施，在余票数量为零后现场关闭售票窗口。故宫相关负责人表示，“从现场看，限流的各项措施效果良好。”

可见，景区“限流”，比游客“错峰”更重要。旅游行政管理部门应尽早制订景区限流预警制度，根据各景区的特点和承载能力，设置一个容纳游客的上限，即“最大承载量”，一旦有景区突破这个上限，立即发出预警，并向其发出“限流令”。同时，发挥价格调节作用，通过节日涨价、平时降价等方式，去限制和分流游客量。特别是，一些相对较冷的景区，应把主要精力投入到营运模式的创新，谋划一些活动项目、游客参与性的项目以及积极的消费项目，去吸引和分流游客，扭转有的景区“撑死”、有的景区“饿死”的不良局面。

（作者：汪昌莲）

## 别让“天价”商品煞了景区风景

【中国青年网2017年9月27日】门脸低调，隐身市区犄角旮旯；别有洞天，店内装修富丽堂皇；看似高档，推销的产品成本不足标价一成；VIP预约，只对旅行团开放；激情四射，神秘隔间内“讲师”洗脑游客……

“十一”黄金周临近，记者赴张家界各旅游景区调查，起底一些旅游购物店内的天价旅游商品猫腻：专宰旅行团，散客一律不接待；专设“洗脑房”，销售员变身“讲师”；专卖“高档货”，成本却不足标价一成。（9



月26日新华社)

出厂价为551元的乳胶床垫，旅游购物店内标价8580元；标价580元的乳胶枕，出厂价多在20—40元；用朱砂粉压制的手串售价从数百元到数千元不等，重量就10多克，而在大型网络批发电商平台，优质朱砂粉的售价也不过300元1公斤……尽管是明码标价，VIP预约还可以打折，看似“周瑜打黄盖”——你情我愿，但实际上“宰你没商量”，大煞著名景区的风景。

近年来，“天价”事件屡见不鲜，除了“天价虾”“天价鱼”，还有“天价豆腐”“天价骑马”，以及100元一碗的砂锅白粥，8.8元一颗的杏干，8元一克的草药粉……每一起“天价”事件，都涉及到消费纠纷，不仅消费者权益被侵害，经营者可能承担法律责任，在公众以地域为框架打量旅游形象的语境下，其负面影响还将损害一个景区甚至一个地方的声誉和形象。

经营者急功近利“赚快钱”，是造成“天价”事件频发的重要原因。不少旅游购物店把游客当“唐僧肉”，不是以贴心周到的服务让游客心甘情愿打开钱包，而是做“一锤子买卖”，一些地方甚至形成了旅行社、导游、经营者针对游客牟利的“一条龙”潜规则。就像张家界某著名景区附近一些旅游购物店，专宰旅行团，导游将游客带入“洗脑房”，卖场内“训练有素”的销售员即变身“讲师”“大师”，引诱他们上当受骗，从中谋取暴利，而后各方进行分成。

事实上，但凡称得上“天价”的商品，都违背了市场经济的基本规律，模糊了人们对市场法治的基本认知。目前，景区的餐饮业、商品及客房服务价格均属市场调节范畴，由经营者依据自身成本、供求关系等自主定价。但放开价格不等于可以坐地起价。

《价格法》明确规定，经营者定价“不得违反法律、法规的规定牟取暴利”：《制止牟取暴利的暂行规定》指出，“某一商品或服务的价格、差价率、利润率，不得超过同一地区、同一期间、同一档次、同种商品或者服务相应平均数的合理幅度。”然而，诸多曝光的“天价”事件都不难找到违背上述法规之处。

一言弊之，“天价”事件频发，表明市场运行与监管还存在漏洞，希望相关部门切实加大旅游市场的整治和监管力度，将问题消灭在萌芽状态，别

让“天价”商品煞了景区风景。

(付彪)

## “52处世遗”彰显负责任大国对人类文明的担当

【文汇报2017年9月13日】核心观点：今年是我国首批世界遗产诞生30周年，我国世界遗产总数已达52处。三十而立，我国的申遗之旅渐入佳境，保护文化遗产功在当代、利在千秋。申遗成功的背后，体现了我们国家和人民在文化自信基础上的文化自觉。

近日，寿宁、屏南、周宁、政和、泰顺、庆元、景宁等闽浙七县结成“廊桥申遗联盟”。由此，列入《中国世界文化遗产预备名单》已近5年的“闽浙木拱廊桥”申遗，走上了一条快车道。算上今年7月，可可西里和鼓浪屿双双摘取“世界遗产”的桂冠，中国世界遗产总数已达52处。今年是我国首批世界遗产诞生30周年。三十而立，中国的申遗之旅渐入佳境。珍视世界遗产，已成为一种普遍的文化自觉。

### 提升中国在世界遗产舞台的话语权

一部申遗史，也是对世界遗产价值认识不断深化、保护意识不断增强的过程。从1987年开始，中国拥有第一批六处世界遗产(文化遗产五处：长城、明清北京故宫、敦煌莫高窟、秦始皇陵及兵马俑、周口店北京人遗址；文化与自然双遗产一处：泰山)，开启了中国在世界遗产舞台的话语权，中国遗产的知名度与美誉度大为提升。国民也从感知世遗中不断提升文保理念。

在全球日趋激烈的申报态势及严苛的评审下，我国世界遗产申报连续收获佳绩。回眸30年，成绩的取得固然得益于祖先留下的丰富自然文化遗产，同时也离不开中国文博界和中国各世界遗产机构服务国家、贡献世界的积极作为。比如，2004年，中国担任世界遗产委员会主席国，在苏州成功举办第28届世界遗产委员会大会，其贡献是：推动建立可信平衡的世界遗产名录；通过《凯恩斯——苏州决议》，从而鼓励自然遗产和混合遗产的申报；中国借助自身的技术与经验，积极援助柬埔寨、蒙古、乌兹别克斯坦、尼泊尔等国的文化遗产保护等。另外，中国还举办过遗产影响评估国际培训；诸如国

际建筑师协会《北京宣言》《保护和发展历史城市国际合作苏州宣言》《绍兴宣言》、《城市文化北京宣言》等都是有影响力的影响全球申遗工作的法规式文件。

保护文物功在当代、利在千秋。申遗成功的背后，体现了我们国家和人民在文化自信基础上的文化自觉。

### 做世界遗产强国尚需补好短板弱项

对于中国是否已成为世界遗产强国，无论学界、政界乃至公众都看法不一，按照近年来国务院发展研究中心文化遗产蓝皮书的分析，“大而不强”是客观定位，“水到渠成”且不断呈现变“强”的趋势是总体方向。

真正“让收藏在博物馆里的文物、陈列在广阔大地上的遗产、书写在古籍里的文字都活起来”，需要进一步加强全民世界遗产保护的教育与宣传，尤其要加强中国世界遗产保护立法的研究，要紧跟时代步伐，形成丰富完整的依法保护世遗的立法体系。

我国已经签署了保护世界遗产的一系列国际公约，在保护文化遗产方面颁布了《文物保护法》《非物质文化遗产法》等法律。国务院和国家级行政机关制定和颁发了一批保护国家文化的政策性文件，如《长城保护条例》《世界文化遗产保护管理办法》《大运河遗产保护管理办法》等等。但从总体上看，大部分法律法规颁布后，至今未经修订。

另外，我国遗产保护管理的条块分割太细，比如，环保部和国家林业局主管自然保护区，涉及自然遗产，国家文物局主管物质文化遗产，文化部主管非物质文化遗产，住建部主管风景名胜区的自然遗产。面对这些不足，建立国家“一盘棋”的管理体制与机制，构建中国世界遗产保护体系刻不容缓。

### 开展遗产保护研究当发挥智库作用

习近平总书记鲜明指出：“文物承载灿烂文明，传承历史文化，维系民族精神，是老祖宗留给我们的宝贵遗产，是加强社会主义精神文明建设的深厚滋养。”保护世界遗产，既是为了延续民族的精神血脉，也是作为负责任大国对人类文明的担当。总结成功经验，借鉴国际理念，健全遗产保护长效机制，把老祖宗留下来的文化遗产精心守护好，当前尤其要发挥智库的作用，开展相关项目研究：

——国家乃至国际化重大项目的综合文物调研与发展论证要成为制度，如有关“一带一路”的文物保护研究等；

——对世遗项目保护的国家管理要有计划实施自评审，在此基础上也要审评全国重点文保单位保护近况；

——结合将启动的国家第八批重点文物保护单位推荐遴选，不仅要重视自下而上的申报项目，也要进一步丰富中国世界遗产及全国重点文保单位的门类。

“江山留胜迹，我辈复登临。”世界遗产架起了连接古今中外、激荡山水人文的美丽桥梁。在加强保护的基础上，进一步发掘和诠释世界遗产的历史、艺术和社会价值，不仅能够唤起国人的文化记忆，增强民族认同感、凝聚力，也为世界感知中国、理解中国打开了文化之门。

（作者：金磊）

## 世界遗产

### 世界遗产称号反而会给城市带来杀机？

【界面新闻2017年9月11日】马来西亚乔治市获得了联合国教科文组织授予的世界遗产称号，从而免于沦为废墟的命运，但是这一新的名气却让当地居民不堪旅游浪潮的重负。

自从获得联合国教科文组织世界遗产称号以来，各地游客便不断涌向马来西亚乔治市的“姓氏桥”。

这其中“姓周桥”因保存较为完好，最为有名，吸引游客最多。历史古宅现在变成了挂满霓虹灯广告的商铺，曾经的渔民转而兜售T恤衫、小商品和明信片。旅游巴士一大早便把度假游客送到这里来，直到天黑了才消停。

游客每天不断涌入显然造成了不良影响：沿街窗户都用木板封了起来，“禁止拍照”的标记到处都是，住户一看到外国面孔转身就不见了。

“我想告诉人们的是，我们不是猴子，这里也不是动物园。”在姓周桥

住家外开了一家纪念品店铺的李佳蕾（音译）说道。

尽管李佳蕾也知道“来的人越多，商家卖出的东西也越多”，她仍希望拿着相机的游客们能够尊重她的隐私，尤其不要在没获得邀请的情况下闯进她家里去。

槟岛乔治市郊区的“姓氏桥”曾是繁忙的海滨中心。摇摇欲坠的吊脚楼和棚屋，沿着带有各自中国宗族姓氏的木制码头延伸开来，它们是很久以前来马来西亚的华人定居者们最后保留完好的壁垒。

姓氏桥经历了两次世界大战和日本统治的洗礼，但最近几十年受到了极大的破坏。而当不断进入的开发商带来的威胁渐渐显露时，这些姓氏桥的所有者们只能向一个地方求助：联合国教科文组织。

努力没有白费。2008年，这些姓氏桥获得了联合国教科文组织颁发的世界遗产称号。不过在此之前，为了兴建住宅区，人们已经推倒了两座姓氏桥。

对乔治市及其姓氏桥而言，联合国教科文组织的认可似乎带来了新的生机。1786年，这些姓氏桥作为英属东印度公司水上基地被修建起来，这些边缘地带在19世纪和20世纪时吸引了大批手工匠、船员和商贩。来自中国南方福建省的渔民和搬运工，在这些填海形成的海滨区域开拓出了一片住宅区。每个大家庭或宗族都有自己的姓氏桥，随着亲朋移民而来，这些临时定居点也不断壮大，他们还在这些吊脚楼间搭建了木道，以便相互联系。

1969年，当乔治市不再拥有自由港地位时，这座城市开始走向衰败，将近30年来一直饱受高失业率的困扰。自被联合国授予世界遗产称号之后，乔治市作为旅游天堂再次获得重生：每年约有六至七百万游客入住这里的酒店。一直以来被当成破旧窝棚和擅居者贫民窟的姓氏桥，突然摇身一变，成了最吸引人的景点。

然而，现在居民们却说申遗成功和他们的期许完全不符。以前的渔民、生蚝捕手和算命先生都是定期从事各自的行当，但现在纪念品小贩和快餐馆已经深深扎根于此。当地人都表示席卷他们棚屋村庄的旅游浪潮让他们措手不及。无独有偶，今年夏天整个欧洲也回响着相同的抱怨之声，从巴塞罗那到威尼斯等各个城市，都试图寻找旅游业的积极影响和无法避免的缺陷之间的平衡点。

“如果不是列入了联合国教科文组织世界遗产名录，一切都早已消失了，”姓周桥居民周秀萍（音译）也承认。她回忆起了小时候姓氏桥因年久失修而不断搬家的场景。

联合国教科文组织或许从拆迁机械下抢救了这剩下的7座姓氏桥，但秀萍说“这也侵扰了我们的隐私！我们的姓氏桥变得商业化，人们正在搬离。在春节和开斋节等节日期间，这里甚至变得不像住人的地方。”

全世界1052处获得联合国世界遗产称号的著名胜地，都努力在迎合游客带来的经济效益和保护为其带来名声的文化之间寻求平衡。

始于1972年的世界遗产，旨在确认和保护具有“突出普世价值”的地点。但是，在提高某个地方国际形象的同时，这一标签也吸引了大批游客，打开了商业化的大门，从而削弱了这些地方本身的真实性。

“这是无法摆脱的命运：一个地方被选入世界遗产名录的原因，也恰恰是数百万游客年年涌向这些地方的原因，”前联合国教科文组织世界遗产中心主任Dr. Francesco Bandarin，2002年在《世界遗产景点的旅游管理》中写道。

意大利作家Marco D'Eramo甚至给这种现象取了个名字。他在《新左评论》（New Left Review）期刊中指出，联合国教科文组织在保护这些建筑的同时，也往往让周遭的社区遭到了旅游业的破坏，他把这种现象称之为“联合国教科文组织带来的杀机”。

老挝的琅勃拉邦便是一个例子。这座获得世界文化遗产称号的镇子约有5万人口，2018年预计将吸引70多万游客的到来。研究人员克洛伊·莫雷尔根据巴拿马古城区写了一篇有关世界遗产称号不利影响的文章，该古城在获得联合国教科文组织确认之后，开始限制穷困的居民进入市区范围，与此同时，市中心却挤满了各地游客。

作家Lauri Hafvenstein和布莱恩·汉德沃克也提到了伯利兹大堡礁充满争议的状况，开发商从各处涌来，利用该地区世界遗产称号在网上向他人出售沼泽地。

墨尔本大学副教授Jo Caust指出，事实证明世界遗产称号是把“双刃剑”。今年早些时候她在《文化遗产杂志》中撰文指出，那些想要从建筑史中获益的政府，往往把这一称号当成潜在的“摇钱树”来申请。虽然转向旅

游业能够使社区得到复兴，但如果缺乏有效的管理计划，这些地方最终会被旅游业毁掉。

“欧洲受到旅游业影响的社区，正努力与失控的旅游业的破坏性影响作斗争。但第三世界遭受的影响可能更为严重，”Caust说道，“开发和取得这一称号背后的动机是什么？赚更多的钱，还是保护世界遗产？”

槟城古迹信托会成员梁崇基曾为了把姓氏桥收录进乔治市世界遗产区而四处游说，他也认为当涉及到商业利益时，他们“置保护遗址特性的观念于不顾”。

联合国教科文组织越来越推崇“可持续旅游”的概念，甚至将2017年称为国际可持续旅游发展年。但遗产保护专家表示，这一目标现在仍然难以实现。

“目前联合国教科文组织尚未出台明确的指导原则或有效办法，来管理世界遗产地的商业化进程，而它提出的可持续性更像是口头说说而已，无法具体操作，”梁崇基说道。

槟城古迹信托会表示这些姓氏桥的未来最终掌握在宗族领导人的手中。

但是这些居民对于该地区的未来却有不同的看法：有些人眼红姓氏桥的商业转型，有些人则表示担忧。显然不是所有居民都对这些缺乏排水系统等基本现代设施的老房子带着怀旧之情，年轻人更是如此。

住在姓林桥的导游Ang Huah表示，他的解决办法是避免把游客带到他们宗族更安静的住宅区去，转而把他们带到姓氏桥去。

秀萍在自己房子外提供家庭寄宿服务，她担心如果宗族不快点做出决策来应对旅游热潮，“这个地方的特征和历史将会消失殆尽”。

她表示方案之一是对进入该地区的游客收门票费，以限制游客流量，并创立维修和翻新这些姓氏桥的基金，让这些地方更具吸引力。她还补充说，虽然她们一族的姓氏桥商业化进程无法扭转，但居民们仍然需要做更多事情来确保这些姓氏桥得到更多维护和修缮。他们不仅要为游客考虑，更要为居民自己考虑。

“只有我们能保护这个地方。我们现在必须决定如何管理它，”她说道。

（作者：Laignee Barron 翻译：熊小平）

## 日本探讨街道无电线杆化 世界遗产地或将优先执行

【人民网2017年8月22日】据日本《Travel Voice》报道，近日，基于召开过7次的“推进无电线杆化研讨会”的审议结果，日本国土交通省整理出了今后推进无电线杆化的基本方针和具体实施办法。

目前，日本全国共有约3500万根电线杆，尽管一直在努力消减数量，但仍以每年7万根的速度增加。这不仅落后欧美各国，甚至不及许多亚洲国家。

在此背景下，日本国土交通省基于防灾、确保交通安全顺畅、打造美景及振兴旅游业这三大观点汇总了相关政策，探索实现无电线杆的大方向。

按照日本《景观法》的规定，日本的部分景区出现的电线杆具有“煞风景”的副作用，甚至有些地方在举办传统庆典时，为避开电线杆和电线而不得以改变路线的情况时有发生。电线杆俨然已成为振兴旅游业和举办重大传统庆典的障碍。

根据无电线杆化的进展情况等，日本国土交通省公布了一个重要的原则，那就是视情况的轻重缓急按序推进无电线杆化。这也就意味着日本的世界遗产等地的周边、重要传统建筑保护地区以及《景观法》等法律法规所指定的地区、生态公园、地质公园以及其他著名旅游胜地的道路优先推行无电线杆化。

(编译：董宇)

---

编辑：中国风景名胜区协会《中国风景名胜》编辑部

网址：[www.china-npa.org](http://www.china-npa.org) E-mail：[china\\_fjms@163.net](mailto:china_fjms@163.net)

电话：010-88315330 88315324 传真：010-88315325 (F)

地址：北京市海淀区三里河路7号新疆大厦B座11层

联系人：张立 陈晨 邮编：100044

---