

6 管理诊所 Management Clinic

中国国家旅游局 8 月 3 日对 5 家 5A 级景区给予摘牌或警告。业内专家认为,5A 景区不是终身制,此次事件对旅游业来说不是坏事,有利旅游业健康发展。

中国三家 5A 景区被亮“黄牌” 专家认为有利旅游业健康发展

■ 吴兰 闫旭 龙敏

中国国家旅游局 3 日宣布长沙橘子洲旅游区、重庆神龙峡景区两家 5A 级景区因存在旅游安全严重隐患、环境卫生差等原因被摘牌。对安徽省安庆市天柱山风景区、福建省武夷山景区、福建永定—南靖土楼旅游景区给予严重警告,并限期 6 个月整改。

再现 5A 景区被摘牌 长沙连夜部署整改

继去年河北山海关景区成为国内首个被摘牌 5A 景区后, 中国国家旅游局 3 日又宣布摘掉湖南长沙橘子洲旅游区、重庆神龙峡景区的 5A“牌匾”,对景区乱象说“不”。

作为中国旅游景区评定的最高等级,5A 级旅游景区代表着拥有世界级的精品旅游资源、综合管理和服务水平,是许多景区渴望得到的“金字招牌”。去年,国家旅游局的“摘牌”行动,打破了景区 A 级评定“终身制”的坚冰。

据国家旅游局通报,安全隐患严重、景区环境卫生差、景区旅游服务功能严重退化、景区管理不规范等问题,是此番橘子洲旅游区、神龙峡景区被撤 5A 的主要原因,二者“已丧失 5A 级景区须具备的条件”。

针对橘子洲旅游区被“摘牌”,湖南省旅游局透露,将邀请知名旅游专家参与橘子洲景区整改,并确保在今年“十一”国庆假期前全部整改到位。此前,长沙市委、市政府已于 3 日连夜召开专题会议部署整改工作,要求相关责任单位深刻检讨,吸取教训,并对相关责任单位、责任人启动问责。

“5A 级景区创牌不易,保牌更难。”针对橘子洲景区被摘牌,湖南省旅游局党组书记、局长陈献春 4 日表示,湖南旅游系统要认真汲取教训,举一反三,采取切实有效措施督促指导 A 级景区始终坚持以游客为本,强力推进其整改提升,强化安全、质量、秩序动态监管,全面提升景区管理服务质量。

位于长沙市区湘江江心的橘子洲,是长沙的重要名胜之一,也是国家级重点风景名胜



●重庆神龙峡景区

胜区,青年毛泽东曾在橘子洲头挥笔写就脍炙人口的《沁园春·长沙》,让其声名大振。经过一系列提质改造后,橘子洲旅游区于 2012 年获批 5A 景区。

两景区被黄牌警告 福建旅游业需量质齐升

福建省武夷山景区、永定—南靖土楼旅游景区 2 家 5A 级景区被国家旅游局予以严重警告处分,限期 6 个月整改。两大旅游名片被亮黄牌警告,再度为福建旅游业发展敲响警钟:发展旅游业需量质齐升,既要数量更要质量。

福建省旅游资源丰富,濒临东海,众多的山脉、交错的河流、茂密的森林、辽阔的海域,构成迥异于中国其他省份的自然风光。

尤其是,伴随着多条高铁、高速的开通,便利化出行催生出旅游“通道效应”,使福建变成华东地区、华南地区乃至于全国的重要旅游目的地,福建旅游市场持续火爆。

数据显示,今年 1-5 月份,福建省旅游总收入 1345.53 亿元人民币,增长 20.2%;接待国内游客人数 10922.89 万人次,增长 16.0%;接待入境旅游人数 231.67 万人次,增



●长沙橘子洲旅游区

长 17.6%。

旅游总收入、接待游客人数双增长背后,福建省旅游品质隐忧频现。据媒体报道,去年前十个月, 龙岩市旅游质监所共接到“厦门一日游”、“土楼一日游”等散客投诉 121 件;而就在一周前,三明市尤溪县侠天下景区还被曝出“排队超员、存安全隐患”。

从国家旅游局最新通报可见,武夷山景区主要存在景区交通管理混乱,“野导游”现象严重,竹筏漂流项目存在变相强迫消费、庸俗讲解、厕所革命滞后等严重问题。而永定—南靖土楼旅游区则存在“野导”扎堆现象,游步道安全隐患突出,厕所革命滞后,环境卫生差,车辆管理混乱,占道摆摊现象严重等突出问题。

旅游产业专家接受记者采访时指出,福建旅游不应片面地追求游客数量,还应大力改进和提高服务质量和素质,必须实现数量型向质量型转变。

针对两景区被严重警告,武夷山市、龙岩市永定区、漳州市南靖县均表示,将立即开展各项整改工作。

而福建省旅游局则进一步要求,各旅游部门及其辖区内的 A 级旅游景区要以此为

鉴,举一反三。

摘牌警告不可怕 加强内部管理是王道

安徽省旅游协会副会长、万达环球国旅总经理徐华玉 4 日接受记者采访时说,“5A 级作为中国旅游景区最高等级,不仅景观价值要求最高,其配套设施、软件服务等方面都要匹配,只有这样,才能促进中国旅游业的健康发展。”

徐华玉认为,5A 景区作为中国旅游业标杆景区,在各地也是龙头景区,具有一定的引领示范作用。在当前全域旅游的背景下,对景区要求会更高。当前自驾游、自由行、背包客等旅游方式的转变,游客对景区安全、服务设施、诚信经营等要求也发展转变。“摘牌、警告并不可怕,重要的是认识到自身的不足,加强内部管理,按照标准来,还有‘复牌’的机会。”他说。

“因为各种不到位、不完善,国家旅游局对颇具知名度的 5A 或摘牌、或警告,证明评上 5A 不代表‘一劳永逸’”。合肥学院旅游系主任刘力认为,这会促进景区不断加强管理、提高服务水平,提升景区的核心竞争力。

如何助力中小企业下好“国际化”这盘大棋？

■ 罗星灿

近年来,我国的中小企业成为推动经济增长的重要力量,越来越多的中小企业走上了国际化经营的道路。工信部、中国银行近日印发《促进中小企业国际化发展五年行动计划(2016-2020 年)》,支持中小企业利用全球要素,优化资源配置,积极融入全球产业链和价值链,鼓励中小企业把国外的先进技术、优质资产、高端人才和先进管理经验引到中国,促进中小企业转型升级和技术创新。

具体来看,计划提出五大方面十六条措施。其中包括聚焦重点产业,对符合国际产能合作、中国制造 2025、“互联网+”行动计划、国家产业结构调整方向的高端制造等重点行业联合开展跨境专题联合。

此外,针对中小企业国际化发展面临的“融资难、融资贵”难题,《计划》提出,根据企业的业务需求和发展阶段提供金融服务。鼓励有条件的地方设立专项基金,或与中国银行探索联合成立投资联动引导基金,开展投融资联动试点,引导跨国并购基金、风险投资基金等,支持国内中小企业与国外中小企业开展并购、合资、参股等合作,积极支持和引进国外中小企业原创技术在中国孵化落地。

另外,在信息共享方面,将搭建“政银企”对接网络平台,提供产业信息服务、在线金融服务、跨境撮合服务等。

五大方面十六条措施的出台可以说在一定程度上解除中国中小企业“走出去”的后顾之忧。

中国国际经济交流中心经济部部长徐洪才指出:工信部这时候出台促进中小企业国际化的政策是适逢其时的,目前全球经济都面临着下行压力,中小企业有很大的灵活性,在市场当中可以快速反应。经济有活力不仅要看大企业,关键要看中小企业。我们要积极融入经济全球化,要向全球产业链、价值链的中高端迈进,利用国际国内两个市场、两种资源,培育中小企业参与国际市场竞争能力。针对这样一个背景,工信部出台了这么一个政策,它提出来的一些有针对性的政策措施是非常必要的。

总而言之,中国企业走出去,其中也包括中小企业。中小企业利用自身优势灵活性,和大中企业形成一个协同,在政府部门、中介机构、金融机构的推动之下,可以进一步在国际市场上赢得我们应有的地位,同时也可以把境外的一些资源包括技术、管理等优势吸收过来,促进我们国内的企业发展。

拥抱“绿色消费”还要迈过几道坎

■ 于佳欣

农家自榨、竹炭、负离子、无添加……绿色产品成为越来越多消费者的首选。绿色消费异军突起,大数据分析表明,我国绿色消费者近四年内增长了 14 倍。

然而,面对缺认证、难辨认、价格高等问题,要真正拥抱绿色消费,还须迈过几道坎。

互联网成绿色消费主战场

借助互联网平台,绿色消费正如火如荼:生态蔬菜、有机种植作物,节能家电等环保产品……购买拥有生态自然、节约能源、健康无害、绿色材质属性的产品,正成为一种时尚。

越来越多的人热衷于绿色健康消费。阿里研究院日前发布的《2016 年度中国绿色消费者报告》显示,截至 2015 年底,我国在线绿色消费者群体达到 6500 万人,近四年内增长 14 倍。绿色消费理念在三四线城市认同度,与一二线城市基本持平。

根据国家发改委等十部门今年 3 月联合出台的《关于促进绿色消费的指导意见》,绿色消费主要表现为选择高效、环保的产品和服务,降低消费过程中的资源消耗和污染排放。

对老百姓来说,绿色产品依然是绿色消费中的“大头”。阿里大数据显示,家装用品、家居用品、家电、孕婴童用品、食品、服装、个人护理等,在绿色产品销售中名列前茅。

“互联网既能促进绿色产品的消费,本身又能节省能耗物耗,正在成为绿色消费

的主战场。”阿里巴巴集团总裁金建杭表示,目前绿色消费人群只占我国人口的 5%,但这一数字在一些西方国家已超过 50%,我国还有巨大增长空间。

绿色消费,想说爱你不容易

“每次想买绿色无公害蔬菜、水果时,最头疼的就是不知到底哪些才是真的。”家住北京的张女士道出了购买绿色产品时的无奈。

不光是水果,其他类别的产品也是如此。由于不少产品缺乏权威的绿色产品标识,阻碍了绿色消费的发展。此外,业内人士指出,消费环节的节能减排产品,在生产端未必是绿色的,但消费者往往无法根据自己的知识进行判断。

正是因为缺乏认证以及惩戒机制,一些商家打着“生态”“绿色”的口号,以次充好,售卖“伪绿色”产品。市场上不少生鲜电商并不具备无公害产品的国家认证,却硬造“生态”概念,打着有机的擦边球,卖出高价。

不少消费者表示,由于绿色产品比一般商品价格偏高,加上难以辨认,无法衡量购买带来的真正价值,因而选择放弃。

“消费者对安全、健康意识快速提升的同时,优先购买环保型产品的意识、识别绿色产品的能力需要进一步引导。”清华经管学院副院长钱小军说。

国务院发展研究中心资源与环境政策研究所副所长李佐军指出,国家对于绿色科技人才培养、产业培育支持政策有限,绿色产业链不够成熟,物流、生产、研发还有降低成本的空间。

标准先行 + 理念引导, 促绿色消费发展

绿色产品的标准是什么?价格过高怎么办?如何保护绿色消费的权益?面对消费者的疑问与困惑,专家认为,需要从政府、企业、消费者三方入手,破解绿色消费难题。

在李佐军看来,我国消费需求不断升级,但供给体系,特别是绿色供给规模和结构还不能适应消费需求,加上绿色产品缺乏权威认证和标识、尚未实现全生命周期管理、价格过高等,都影响着绿色消费模式的形成。需要从消费源头抓起,对供给侧进行绿色化改革。

业内人士表示,要使消费者放心消费,帮助他们避开绿色消费的误区和陷阱,有关部门应尽快制定绿色产品生产法规和标准,推动行业绿色标志制度。

对此,国家认证认可监督管理委员会认证监管部二处处长徐秋媛表示,国家认监委正在制定绿色产品标识与认证体系,有望年底出台。

“企业应把绿色发展理念、绿色标准,贯穿于整个生产经营活动中,包括采购、设计、生产、制造、工艺、运输、销售等,积极采用绿色技术,丰富绿色产品的供给结构。”商道纵横高级研究专家张洪福说,互联网龙头企业也应充分利用大数据,做好对绿色消费的追踪和引导。

业内人士认为,促进绿色消费,根本还是要培养消费者的绿色消费理念。加强对环境保护和绿色消费知识的宣传,并规范消费行为,引导消费者自觉践行绿色消费。

多维拓展显成效 甘肃变革旅游行政管理 直面“痛点”

■ 南如卓玛

甘肃省副省长夏红民 8 日在全省旅游工作推进会上总结,甘肃旅游行政管理实现重大变革,从旅游部门、大景区管理体制、旅游投融资机制、旅游综合执法等方面均实现了“历史性突破”。同时,推动“旅游+”而衍生一批旅游新业态新集群,多维拓展成效显著,1-6 月,全省共接待游客 8730 万人次,实现旅游综合收入 533.7 亿元,分别较上年同期增长 22.7%和 24%。

今年 6 月,甘肃省旅游局正式升格为省旅游发展委员会,并由省政府直属机构调整为省政府组成部门,而部分旅游重点州市已经或筹备成立旅游委,旅游部门的综合统筹职能进一步增强。此外,甘肃旅游投融资机制方面,目前省级旅游产业投资基金已启动运营,首期 1 亿元引导资金及 5 亿元社会募集资金已拨付到位,投资项目正在全面实施中。此外,各州市都依托大景区成立了旅游投资开发公司,重点县区也积极搭建旅游投融资平台。

据夏红民介绍,“改革创新、产业融合”仍是甘肃旅游今年的重点工作,融合发展多维拓展已初显成效,中医养生旅游、养老养生旅游、户外运动旅游、工业科普旅游、农业观光旅游、森林生态旅游等新业态蔚然兴起。此外,嘉峪关方特欢乐世界、敦煌莫高窟数字游客中心、鸣沙山《敦煌盛典》、崆峒古镇《忆画崆峒》实景演艺等一大批互动性强的项目推动文化旅游融合。

同时,酒泉第十一届“玄奘之路”戈壁挑战赛、兰州国际马拉松赛、环青海湖国际公路自行车赛等体育赛事先后在甘肃举办,成为“流动的景点”,吸引海内外体育爱好者和游客纷沓而至。

夏红民说,旅游扶贫脱贫作用在甘肃亦日益凸显,甘肃投资乡村旅游扶贫开发项目资金达到 1.1 亿元,5 月在康县召开了全省乡村旅游精准扶贫现场会,花桥村为全省乡村旅游发展树立了标杆,被授予“全国乡村旅游模范村”。此外,庆阳市西峰区天富亿生态民俗村,通过发展旅游实现了“四变”:即每亩土地收入由 500 元变成 5 万元,农民收入由每人 5000 元变成了 3 万元,失地农民变成了产业工人,温饱村变成了小康村。

据统计,上半年,甘肃在建旅游项目 830 个,总投资 3261.3 亿元,实际完成投资 197.25 亿元,总投资同比增长 33.5%,实际完成投资同比增长 95.9%。上半年实施大景区建设项目 220 个,总投资 932.3 亿元,实际完成投资 74.07 亿元;与去年同期相比,总投资增长 253%,实际完成投资增长 160%。

甘肃智慧旅游建设方面,省级智慧旅游平台一期工程已进入全面开发实施阶段。

目前,敦煌市智慧旅游平台与省内外 50 多家景区建立合作关系,通过大数据分析,准确掌握了客源市场结构;张掖市丹霞智慧旅游公司挂牌运营,15 家 4A 级旅游景区基本建成了智能化门禁系统、监控和语音指挥系统;陇南市建成大数据中心,旅游扶贫村通宽带率达到 90%以上,武都城区公共场所和 30 个重点旅游景区,所有星级饭店均实现了免费无线网络全覆盖。

夏红民坦言,甘肃上半年旅游成绩斐然,然而依然存在不少问题和“痛点”,特别是在井喷式增长的背景下,成长中的“烦恼”也会随之涌现。尤其是全省旅游消费水平不高、旅游产业总体效益较低、旅游对经济拉动作用乏力、旅游产品亟待深度开发等问题,都需要深入研究、转变观念、主动作为,进一步推动旅游产业科学发展。

