

编者按

当前,打造精品旅游线路,形成全域旅游整体效应,已成为越来越多城市发展旅游业的共识。文化旅游产业是我市确定的四大千亿级主导产业之一,谋划建设好“城区一日游”精品线路,对推动我市文化旅游事业发展、打造千亿级文化旅游产业具有重要意义。那么,推动文化旅游产业高质量发展,我们该怎么做?今天的时评与您一起聊一聊——

# 创新驱动 把旅游名片擦亮

□邓娟

随着人们生活水平的不断提高,旅游成为人们的刚性需求,也是人们实现美好生活的重要抓手。为此,各地都在大力发展旅游业,有旅游资源的扩大旅游业规模,没有旅游资源的想方设法开发资源也要发展旅游业,竞相把旅游业作为拉动地方经济的又一引擎。

俗话说靠山吃山,靠水吃水。美丽的山水风景是大自然赋予一个地方最好的旅游资源。比如,景色优美的林州太行大峡谷、以海水浴场而出名的青岛等,山水风光给这些地方带来了繁荣的旅游业。如果没有自然风光,依靠历史文物,一座城市也可以把旅游品牌叫响。比如

开封,保护历史文物的同时,开发观赏性强的旅游景点,旅游蛋糕越做越大。

笔者以为,有丰富的旅游资源是发展旅游业的必要条件,但如果是仅靠把文物展览出去就想发展旅游,却是不能适应游客日益挑剔的“口味”,必须要有所创新,让景区以独特的风貌吸引八方来客。

重点打造“主角”,让其更有特色。一个地方的景点往往是多样的,但必须要有一两个唱“主角”的,这个“主角”就是当游客提到这个地方时,众口称赞的那个景点。对“主角”,地方政府要多种方式重点打造,以便更好地带动“配角”。比如,开封的景点,相国寺、包公祠等景点静态地重现了宋朝的历史画面,而清明上河园则以动态的场景吸引着游客,因此也更出名。再比如,青岛除了闻名遐迩的海水浴场,还有游客交口称赞的海底世界,除了表演、多种多样的海洋生物,会转动的观赏平台为青岛海底世界增添了独特魅力。利用科技手段,增加景点的观赏性和游客的体验感,让景区著名,也让城市出名。

文创产品卖出特色。可以说,每个景区周边一般有多样的旅游商品,包括小吃、手工艺品、土特产等,既展示了地方特色,也拉动了地方经济。但一些地方的旅游商品也往往因为价位高、没特色等原因而被游客吐槽。这就需要创新。对文创产品做得比较好的,比如说故宫博物院,去年以来,600岁“网红”故宫的焕然一新让无数被年轻人看到了跨界带来的好处,彩妆、面膜、咖啡、火锅、服装时尚……文艺风、幽默风、时尚潮流,总有一款适合你。因为文化产品创新,让“老旧”的博物馆以新容颜在年轻消费群体中“活”了起来。其实,文创产品让游客从独特中感受到文物的魅力,这样的创新可以再多些。

创新才能常新。我市有丰富的历史文化资源,在保护好文化遗产的基础上,可以用科技手段对景区进行适当的创新,培育景区亮点,也可以通过定期举办旅游节、开发文创产品等项目扩大景区知名度和影响力,把旅游名片擦得更亮。

提升游客体验,需要为旅游注入文化内涵。国务院办公厅日前印发的《关于进一步激发文化和旅游消费潜力的意见》中强调,在旅游消费提质转型升级新趋势中,景区应努力挖掘自身的文化和内涵,精心打造内容丰富的文化旅游项目。民俗活动、非遗展演、历史典故等优质文化产品的开发,一方面可以丰富旅游业态,打造出一批精品旅游线路。另一方面,延长游客停留时间,刺激旅游消费、活化商圈。

提升游客体验,应赋予文化以感性形象。文化是旅游的靈魂,但是不能拿来就用,而要对文化进行再创造。我们注意到,很多城市为了吸引游客举办了一些主题文化节,但是文化节中举行的活动与文化两张皮,游客只是在形式上参与了活动,却没有将感性的内容融入心中,文化成了一个外在符号,难以打动人心。所以,应该赋予文化以感性形象,正如,四川南充孝文化产业园,经过对文化的再创造,形成以孝为核心、可供感知的文化旅游产业体系。

保留原汁原味、挖掘文化内涵,特定的文化可通过独特的形式表现出来。只有让文化体验注入更多的文化内涵,游客才会愿意为一间房赴一座城,为一顿饭赴一个村。也只有这样,景区深处的文化价值才能“活”起来,自然也会成为“网红”打卡地。

□高倩

通过手机APP购买门票、进入景区后自动连接语音讲解……如今在瘦西湖风景区,这样的智慧旅游触手可及。日前,由《互联网周刊》发起的2019智慧景区评选结果正式公布,瘦西湖风景区成功入选。

在智慧旅游中,游客的食、宿、行、游、购、娱等环节都融入了智慧元素。例如,走进乌镇景区,检票口的人脸识别系统,仅需0.6秒就可以完成身份识别;酒店住宿,刷脸即可办理入住手续;想坐游览车或摇橹船用手机就可一键呼叫。借助科技的力量,景区将“最后一公里”的一站式服务“推送”给游客,带来的是更多便捷,提高了游客的满意度,也提升了景区的管理与服务水平。

智慧旅游让旅游变得更加个性,使游客观光升级为旅游体验,收获了大量粉丝。前段时间,杭州“西湖一键智慧游”项目上线,游客游西湖有了“贴身导游”。去哪里赏花最好,去哪里找空车位,最近的厕所在哪里,一目了然。在我市,红旗渠景区利用5G技术将课堂搬到了云端,所有人都能便捷地学习、交流,将来景区还将实现自动为游客编写游记,游客可立刻收到、分享。

有数据显示,2018年中国在线旅游预订市场规模达8600亿元,同比增长16.5%;在线旅游预订网民规模达到4.1亿人次,同比增长9%。随着智能化水平不断提高,在线旅游步入互联网时代。如今,相当一些手机购物APP开始布局旅游业,越来越多

的人喜欢通过手机等在线下单满足食宿等需求。而一些景区恰是抓住这一点,实现了游客的全智能化体验,深度满足了游客的需求,拉动消费频次,从而有效提高地方的文化旅游经济效益。

在网络技术时代,要想让当地的智慧旅游加速奔跑,笔者认为不妨从以下几个方面进行改变。首先,景区要有自我定位,整合优质旅游资源,规划好线路。如,“趣龙坞数字旅游专线”上线后,游客只要拥有一部智能手机就能邂逅西湖以西大多数的景点。其次,要了解客户需求,提供精准便捷的服务。在杭州,游客通过西湖实景手绘地图,不用寻人问路就能轻松查找景点、茶馆、厕所等,吃喝玩乐一键导航直达,方便快捷。最后,智慧旅游要与智慧城市结合。比如,整合雪亮工程与数字城市的一些智能服务信息,优化旅游线路、优选特色景区等,形成具有地方特色的人性化、立体化服务模式,让游客出游更开心。

□高咪

这段时间,北京王府井百货大楼“挖”出一座“老北京城”成了热门话题,“老北京城”也成了不少网友打卡的“网红”景点。在这里,游客不仅可以逛胡同,还能品小吃、听相声,仿佛穿越到半个世纪前的北京城。

笔者以为,“老北京城”之所以成为“网红”打卡地,在于其感性化的文化体验。商场通过打造老北京文化体验空间,让游客沉浸在老北京市井生活场景里,触发了他们内心深处的情感记忆。游客在“老北京城”处处都能获得身临其境的体验,比如北京的特色小吃陈列一排,售货员们身着20世纪的服装,木桌木椅、木盘木碗颇有年代气息。就连售卖的商品,也是主打情怀牌,邮戳、副食铁盒、古玩首饰承载一代北京人的记忆。在场景化的体验空间中,游客的心理、情感得到充分的尊重,也更愿意为情怀“埋单”。同时也为商场带来更多客流和消费。

其实不止在商业圈,在全域旅游的大背景下,让游客获得良好文化体验,已成为越来越多地方的共识。在安徽黄山,“景区+帐篷露营”形式深受游客追捧,采茶制茶、赏茶品茗,体验式旅游激发了游客的消费动力。在四川南充孝文化

## 深挖内涵 让文旅融合碰撞出「火花」

## 科技赋能 让智慧旅游加速奔跑

## 被需要也是一种幸福

□邓娟

党的十九大报告指出:“中国特色社会主义进入新时代,我国社会的主要矛盾已经转化为人民日益增长的美好生活需要和不平衡不充分的发展之间的矛盾”,并提出,要“不断满足人民日益增长的美好生活需要”。

实现这一目标需要先弄清楚什么是美好生活?人们对美好生活的需要又有哪些?现在,这些问题有了答案。

日前,中国社会科学院社会学研究所社会心理学研究中心通过半年多的努力,经过了前后四轮调查,调查了近2万人,了解人民美好生活的需要和对美好生活满足程度的体验。调查发现,“美好生活”和“美好生活需要”联想词频最高的10个词分别是:幸福、快

乐、健康、和谐、美满、开心、美好、自由、富裕和家庭。

幸福一词居于美好生活联想词频之首,说明人民群众对幸福的追求。要问什么是幸福?十个人能给出十种答案,家庭团圆是一种幸福,事业成功是一种幸福,身体健康是一种幸福。笔者以为,被需要也是一种幸福。

据报载,在湖北恩施宣恩县芭叶槽村,李金凤因给患尿毒症的弟弟治病而欠下外债。乡亲们凑钱帮她搞起了养殖业,她致富后不忘乡亲,为乡亲们买鸡苗,传授他们技术,还帮助他们销售,帮助贫困户脱贫。李金凤的生活是美好的,她捐肾给身患尿毒症的弟弟,挽救了弟弟的生命,她是幸福的;在生活最困难的时候,乡亲们凑钱支持李金凤搞养殖,帮她渡过难关,她是幸福的;李金凤致富

后,帮助乡亲们搞养殖,通过养殖摆脱贫困,她是幸福的。被亲人需要、被乡亲们需要,李金凤在被需要中收获了家人的关爱,收获了事业成功的美好。

被需要是一种幸福,这体现在我们生活的方方面面。被家人需要获得亲情的关怀,被同事需要成就自身价值、被贫困户需要感受生活的变化、被时代需要、被民众需要……虽然有时候被需要可能会有很多烦恼,比如,孩子的调皮、工作的压力、扶贫生活的辛苦等,但这些烦恼、困难都会随着时间化解,而被需要是最真实的存在。

通过我们的努力,需要者的生活越过越好,而我们会因这个奉献的过程体会到生活的美好。

仔细琢磨,慢慢体会,被需要也很美好。



另眼透视

## 人脸识别进课堂,请慎重

□黄亚明

又到一年开学季,国内多所高校实行了新生刷脸报到,两秒钟即可快速验证身份,完成报到。在我们感叹人工智能缩短了学生排队等候时间,提高了学生报到效率时,有高校在教室内装上人脸识别系统进行考勤的做法引发了网友争议,值得我们深思。

当前,以互联网、大数据、人工智能等为代表的现代信息技术日新月异,人们的生活方式发生了翻天覆地的改变,这种改变很大程度上是由智能化推动的。在学校门口、图书馆等公共场所启用人脸识别考勤系统,学生们通过刷脸进出,有助于校园安全管理,这值得提倡和推广,但是把课堂上的人脸识别考勤作为课堂教学质量判断依据,这种做法还有待商榷。

据报载,安装人脸识别系统全程监控学生上课听讲情况后,学生是否认真听讲,课堂上是否抬头、低头,抬头、低头了几次,抬头、低头了多长时间,是否在玩手机,是否闭眼打瞌睡,都逃

不过人脸识别系统的法眼。这样的高科技之所以引发网友争议,显然是因为教室虽然是公共场所,但是以抬头和低头次数、时长来监控学生和管理学生,难以达到理想的效果,还有侵犯学生隐私之嫌,学生的学习能力和学习效果不能仅凭课堂上的抬头率数据来判断,留住住学生的头,留住不住学生的心,这样的结果肯定不是教育从业者希望看到的,也不是教育的初衷。

当前,人脸识别系统虽然已经应用在一些学校的学生注册、进出校园等多个环节,但也有不少高校对于人脸识别进课堂持谨慎态度。确实,随着人脸识别、实时互动、虚拟现实演示走进校园,越来越多的高科技为课堂教学增色不少,对此,我们要保持清醒的认识,高科技对于教学只能是锦上添花,并不能替代教与学的位置。

教育是需要灵魂和情感的,教育技术手段的创新必须尊重学生人格、尊重基本的教学规律,激发学生的学习自主性,这比用监控把学生盯牢在课堂更有效。



琐事闲聊

## 在线课堂共享教育资源

□高倩

安徽六安金寨县的天堂寨镇叶响教学点,只有4位老师和34名学生,想要开足开齐课程有很大困难,而远在教点之外的中心校专业老师,利用在线课堂给这里的学生上课,让三、四年级学生每周能上两次在线课堂英语课,享受到更优质的教育资源。

六安市市的在线课堂是智慧课堂的一部分。通过技术手段,在线课堂为当地乡村教学点送去了音乐、美术、英语等8个科目的教学课程,使33万名中小学生学习受益,相当于补充了9800名教师,有效解决了乡村教学点教育资源匮乏与教师队伍结构性缺编等难题。

智慧课堂并不是新生事物,很多地方通过这种方式,实现了学校、教师、学生的互联互通。四川广元的朝天第二小学与青林小学等学校结成“联盟校1对1”,在联盟校内实行“同一张课

程表、同一堂上课”,推动学生共享教育资源,老师实时开展网络教研,有效扩大了优质教育资源覆盖面,缩小了区域、城乡、校际差距。

事实证明,随着网络技术与信息共享的介入,教育信息化丰富了山村孩子的精神世界,提升了乡村教师的教育教学水平,缩小的不仅是城乡之间学生的成绩差距,更是心理差距、素质差距和思想差距。同时在乡村学校的教育精准扶贫工作中取得了显著成效。

办好农村教育,发展教育信息化是促进城乡教育公平、提高农村教育质量和效益的着力点,地方政府不妨在硬件建设上多下功夫,让智慧课堂的教育形式更加丰富,收到更好的教学效果。有关部门还应该用好先进技术,对接当地的名校、名师,充分挖掘优质教育资源,形成教育联盟,按学生的学籍给出学习方案,实现个性化分层教学,促进乡村教师成长、农村学生成才。



麻辣热评

## “猛夸式”教学应张弛有度

□高咪

最近,驾校界迎来一股清流。一段驾校教练练习“猛夸式”教学的视频在网上热传,视频中,几十名教练不断练习说“你是我教过最聪明的学员”“你把方向和离合配合得真好”等猛夸学员的活话,与很多人印象中学车经历有很大区别。

原来,视频来自河南周口市某驾校,该校推行“猛夸式”教学以来,不仅学员增加了自信、提高了学习质量,而且驾校也以贴心服务赢得了学员的认可,在激烈的行业竞争中成为佼佼者。据了解,虽然该校收费高出市场50%,但在当地依然颇受欢迎。学员人数不断增长,学员合格率得到大幅提升。

为什么“夸夸驾校”深受学员欢迎?笔者认为,最根本

的原因在于驾校能够尊重学员,注重提升服务质量和水平。态度温和的教练消除了学员学车时的紧张心情,让学员能够放松心情,获得更加舒适的学车体验。对服务行业的驾校来说,学员付费学习,教练既是技术的传授者,也是服务的提供者。良好的态度,耐心细致的教学,最终赢得了学员的交口称赞。

轻松活跃的授课方式是一种进步。但是,“猛夸式”教学也应该张弛有度,教练要把握好度,在轻松学车的环境中,督促学员练好车技、养成良好的行车习惯,提高学习速度和效果。毕竟,帮助学员通过正规考试拿到驾照才是所有学员真正想要的。此外,公开透明的管理、教练礼仪服务培训、驾校规范的规章制度等也是提升服务质量的不可或缺的因素。

### 征稿启事

《美好生活之我见》面向社会征稿,如果您有对美好生活的点滴感悟,如果生活新变化为您带来满满的幸福感和获得感,请写下来分享给读者。来稿请发送至邮箱 ayrpblb@126.com,期待您的参与。

美好生活之我见  
meihaoshenghuo