

地铁小纸条 意义不微小

刘薇

南京地铁上一张小小纸条,先后登上《人民日报》、央视新闻客户端,网友直呼其暖心,将换乘等信息需求做到了非常细节的地方,尤其是方便了老年人出行。这是一座城市公共服务的微观切面,其意义却并不微小。

提前打印好的纸条内容像填空题,遇到不同的乘客,可为其填写不同目的地与换乘站,南京地铁叫它“信鸽服务”,而在每个站点客服中心,还有很多“彩虹便民条”,都是乘客们经常问及的线路、地点,归纳梳理后以不同颜色区分,需要者可以很快找到属于自己的那一道“彩虹”。工作人员说,推出这项服务主要是为了老年人,换乘地铁对年轻人轻而易举,对不会使用智能手机的老年人却是个较大的挑战,“不断进步的社会,绝不会丢下他们”。

是的,城市发展不能丢下任何一人,这是公共服务供给原本的意义,但如何做好可大有学问。从看见需求到想办法满足需求,这个过程当中

贯穿着的是“服务”二字,具备服务意识是做好供给服务的基础与开端。

南京地铁的服务举措不光有“信鸽服务”“彩虹便民条”。今年年初一场大雾导致部分线路临时限速,早高峰期间受到影响的乘客每人收到一封致歉信,可以作为通勤迟到的凭证依据;这个5月,他们的报站音很温暖——“向伟大的劳动者致敬”“以心中炙热抵达灿烂人生”……南京汽车客运站也有这样的指路条,甚至老人们足不出小区就能享受助老打车服务,他们的助老打车暖心车站就建在小区里,扫码便能呼叫附近的出租车。

浙江杭州、陕西西安、安徽合肥等地,也先后推出了类似的便民服务,一张张便民指引条是城市公共交通服务优化供给的生动注解,人心熨帖之时,城市标志性景观、景点也随着那些线路说明完成了一次又一次直观宣介,谁能说这不是聪明之举呢?

“熊猫犬”引流量 不必大惊小怪

吴戈

近日,江苏泰州动物园内的两只“熊猫犬”走红网络,吸引不少游客专程到现场打卡。这两只“熊猫犬”其实是被染成熊猫颜色的松狮犬,根据园区回应,是为了弥补没有熊猫的遗憾。可该事件在为动物园带来流量的同时,也带来了争议,有网友认为,这种方式是通过欺骗的方式博人眼球,可事情果真如此吗?

据工作人员介绍,该动物园按规定不能引进熊猫,但在网上看到“熊猫犬”觉得挺好玩,就进行了效仿,以增加动物园的趣味性,而且动物园不管是前期宣传还是门口挂的简介上,都明确说了这是两只狗。并且参观“熊猫犬”不用单独收费,包含在动物园门票以内,成人门票20元,1米4以下儿童免费,1米4以上儿童收10元。从事实来看,相信前来打卡的游客都是冲着“熊猫犬”来的,而不是冲着“熊猫”来的。由此看

来,动物园并不存在欺骗行为。

动物园的存在确有一定的教育意义,但它更多的价值在于为大家提供休闲娱乐的场所。“熊猫犬”的出现,在不伤害动物、不欺骗、不低俗的前提下,增加了动物园的趣味性,为游客提供了充足的情绪价值,这不正是动物园实际功能的体现?如果能通过此举增加一定的收入,为动物园里的动物提供更好的生活条件,也未尝不是一件好事。

但无论如何,都要以动物的健康为第一条件,任何行为都要在不影响动物健康的前提下进行。动物园也要认识到,这样的方式的确能吸引一些流量,但想要将流量转化为“留量”,还需要有更好的文旅产品,或者更好的创新,才能长久地对游客有吸引力。更值得注意的是,动物园要以更严谨的态度和考量,把握创新尺度,避免把创新变成恶趣味。

当拆则拆 优化公共交通等不得

周志翔

5月7日,广东省珠海市发布通告,决定终止运营1号线有轨电车首期项目,同时结合设施设备拆除同步开展梅华路路面修复工程。1号线首期项目全长约8.9公里,全线共设车站14座、车辆段1座,2017年6月13日开通试运营。珠海市交通运输局有关负责人介绍,试运营期间总客流463万人次,日均3664人次,常规客流量不足,导致运营成本较高。

拆除有轨电车可以说是止损之举,这需要足够的勇气与魄力。站在为民出发的立场,这样的决定是及时的,拆除并未发挥作用的有轨电车,缓解交通压力,优化道路资源配置,可以进一步提升公共交通效率。有轨电车也好,传统公交也罢,本质上都是解决群众出行的交通工具。当有轨电车因运力不足而无法满市民出行需求时,拆除就成了必然趋势。珠海市在通报中提到,该段有轨电车拆除后,将释放8米道路空间,计划由现状双向6车道调整为双向8车道,并在路侧设置公交专用道,进一步提升公共交通效率。

随着科技的进步和交通方式的发展,新的交通方式不断涌现。拆除运力不足的有轨电车系统,并不代表公共交通创新的停止。科学规划,因地制宜,有效推动城市在交通方式上进行创新,引入更为先进、环保的交通工具,这样的趋势和方向不会改变。

我也来谈谈

“反向旅游”火了,你怎么看?

孙瑞亭

刚刚过去的“五一”假期,全国文旅消费市场异常火爆,热门城市、景区产品供给新潮多元,处处“人从众”,景象颇为繁荣。与此同时,也有不少开启“反向旅游”模式,纷纷前往心目中的宝藏小城市、县城和乡村等地,主打一个自由松弛感。

统计显示,“五一”假期一些三四线城市和县域旅游目的地旅游订单增长明显,较为“出圈”。不少游客表示,这些地方不光消费相对便宜,更关键的是节假日里服务并不差,游玩过程中很有松弛感和自由度,能深切体验到吃好、玩好、休息好的“放假感”。对于不少银川市民来说亦是如此,东西线的热门景区人太多,那就反方向往近郊、县城以及乡村、酒庄等出发,体验不同的旅游出行质感。特别是五月初银川气候宜人,适合短时短途的近郊周边游、城市微度假等,而且玩法也比较丰富,包括露营、采摘、烧烤、赏花、户外运动等。

不执着于空间距离上的“诗与远方”,选择在

城市及周边发现新潮玩法、解锁深度体验,这正是当下不少人的反向出游方式。而且,反向出游并不代表不讲究出游品质,而是在游玩方式、服务内容、目的地选择等方面增加纵深感、体验感,实现效率和自由兼顾。这样的新变化其实也为文旅行业的纵深发展带来了新的机遇,如何发挥自己性价比、个性突出的特点是我们需要仔细思考的问题。可以说,物价不高、生活节奏不快、烟火气十足,这些因素是不少人进行“反向旅游”的初衷,因此,在全力打造和完善热门景区的同时,也应当充分推进“文旅+”工作,迎合新客群的城市、县城、酒庄、近郊、乡村等文旅需求,尤其是在性价比、个性化、差异化、沉浸式、文化民俗等方面进行创新,让文旅产品更加丰富、选择更加多样。

面对市场的细微变化,我们要有足够的敏锐度,既能够通过迅捷的反应来占得先机,也要在打造文旅品牌和服务品牌上下足功夫,同时根据不

同区域的特色与底蕴进行差异化发展。从笔者的亲身体验与实地观察来看,银川除了有相对成熟的东西线旅游带外,在县域、酒庄、近郊、乡村等领域有着巨大潜力,特别是在生态、人文资源方面有着较为丰沛的“流量”,是符合当下不少游客追求个性化、新鲜感、体验感的需求的。当然,有一个需要警惕的趋向是,这些领域在发展过程中普遍存在同质化倾向,没有完全挖掘自身的地域特点、产业特色以及人文底蕴,缺乏模式创新、业态创新,有亮点、有特色却并不“出圈”,缺乏更加鲜明的辨识度。

因此,我们要抓住“反向旅游”走红带来的机遇,依托地域特点、产业特色、人文底蕴等来丰富文旅产品供给,创新文旅活动,走个性化、差异化的旅游,精准定位客群需求,提升自身文旅产业的竞争力、辨识度,打造属于自己的文旅品牌和服务品牌,用“真功夫”来吸引客流。