在海南热带飞禽世界园，游客攀爬雕像。 本报记者 苏建强 摄

随着全民休闲旅游时代的到来，带上亲朋来一场说走就走的旅行，成为很多国人的假期首选。然而，由于我国旅游业发展时间较短，国民文明旅游素质有待提升，在国内外的旅游目的地、景区，不少中国游客的各类不文明行为不胜枚举。

文明旅游不仅关乎个人素养，也关系着一个国家和民族的形象。今年以来，我国各级部门、涉旅机构从体制机制、政策设计、落地实施等方面，全面强化对文明旅游的引导，鼓励公民自觉让旅游与文明为伴。

假日好时光 与“文明”相伴而游

志愿者们在海滩开展捡垃圾公益活动，倡导文明旅游。 特约记者 陈文武 摄

■ 本报记者 黄媛艳

景美还需人更美

近日，记者在全国知名景区——三亚天涯海角旅游区看到，景区的爱情广场及喷泉吸引了许多游客的驻足游览。然而，由于景区临海，许多游客在景区附近的沙滩上玩耍后为图方便，竟直接在喷泉处洗脚、洗鞋。

“这太破坏风景了，景美处应该人更美的。”看到这种情景，游客陈欢无奈地说。

临近“五一”，南山景区的游客日渐增多。在景区诸多古树景观，“到此一游，合影留念”是很多游客的选择。但是，为拍出较好的图片，许多游客完全不顾保护古树，直接攀爬至古树树干，或是脚踩古树根系，摆出各种拍照姿势。

从南山景区南山寺的观景平台处望去，108米海上观音和浩渺海景一览无遗。可绝美的风景之下，却不乏出现一些刹风景的事：南山寺下方的海滩怪石林立，许多游客不顾景区告示，纷纷冒着风险攀爬至怪石群中嬉戏玩耍。

三亚湾是三亚热门的旅游区域，许多市民和游客都喜欢来此观海赏霞。虽然绿地上设有步道，但是为图方便，许多游客依旧无情地将绿草践踏。此外，绿草地上偶尔还能看见游客带着草席，直接在草坪上席地而坐的情景。

文明出游才是最美风景

近年来，国人不文明的出游行为一直为人们所诟病。继《旅游法》实施后，国家旅游局又出台《关于强化旅游行业文明旅游工作的指导意见》和《全国游客不文明行为记录管理暂行办法》，建立起公民旅游不文明行为系统记录，颁布并执行《导游领队文明旅游引导规范》、《行前说明会规范》等行业标准，重点规范和强化导游领队文明旅游引导内容，让“文明旅游”真正实现有法可依，有据可循。

“在带团过程中，我们一般都会主动提供一些垃圾袋给游客，引导其将垃圾入袋，同时提醒游客自觉爱护草木、有序排队等。”导游刘倩说。

随着《导游领队文明旅游引导规范》颁布实施，旅行社和导游对自身行为的约束和对旅行团成员文明素养的引导愈加重视。国家旅游局对导游、领队文明旅游全员教育培训计划的全面实施，不但提高导游、领队文明素质和文明引导水平，还通过工作在旅游行业第一线的导游、领队们的宣讲和媒体、网络、公益广告等平台的宣传，将文明旅游理念深入到每一个游客心中。让《中国公民国内旅游文明行为公约》和《中国公民出国（境）旅游文明行为指南》从文件报告的层面升华为公民旅游出行的行为指导。

“景区全面开展文明旅游大行动宣传，不仅营造良好的文明旅游环境氛围，还广泛宣传文明礼仪教育和文明旅游理念。”天涯海角游览区有关负责人透露，景区门口2个公交车候车亭、景区门口LED屏幕、景区内电瓶车起点和终点站、天岭码头处及景区出口等主要路段，都能看到文明行为宣传画面和口号。此外，还通过文明旅游宣传折页、文明倡议书和广播系统，向游客、员工倡导文明旅游和文明理念，营造良好的旅游文明氛围。

“文明旅游除了自觉，还需要一定的奖惩政策支撑，形成震慑，才能达到标本兼治的效果。”游客郭浩文说。

4月6日，《游客不文明行为记录管理暂行办法》正式实施。这个类似银行个人信用记录的“游客不文明行为记录”的实施，让少数不遵守文明行为公约、任性妄为的游客有了忌惮。

服务保障助力“文明旅游”

“不文明旅游的现象成因是多方面的，既关乎游客素质，也与旅游公共服务滞后有关。”省旅游协会秘书长王健生说。

为完善旅游公共服务的短板，我省旅游系统在全面“补课”。如为方便游客解决内急，我省已启动《海南省旅游厕所总体规划》编制，完善未来5年海南旅游厕所发展目标、星级、建设管理标准，优化旅游厕所空间布局。

在提供旅游服务的同时，我省也通过强化管理、治理，有效遏制不文明旅游行为。

“我们组织城管等执法工作人员、志愿者等在海月广场、金鸡岭广场等区域，对部分游客的不文明行为进行劝说。”三亚天涯区区长陈向奋说，该区将出台加强针对三亚湾不文明的25条禁令；同时实行定人员、定岗位、定片区，将管理制度化、机制化，并严格落实管理责任制，通过常态化管理解决三亚湾乱象问题，减少不文明现象。

海南中部旅游如何打好民俗牌？

深耕黎苗文化，注重游客体验

黎陶技艺演示和体验活动。本报记者 苏晓杰 通讯员 李德乾 摄

■ 本报记者 易建阳

群山绵延，丛林莽莽，这里是海南生态保护核心区；山歌隐隐，舞姿翩跹，这里是黎族苗族主要聚居区。海南中部地区具备发展生态文化游、黎族苗族文化游、山地运动游、乡村文化游等旅游形式的先天条件。

“文化是旅游的灵魂，旅游是文化的载体。”深入挖掘黎族苗族文化这座富矿，增强中部旅游的吸引力，对推动中部旅游崛起十分重要。

海南民族民俗文化魅力凸显

走进保亭黎族苗族自治县槟榔谷黎苗文化旅游区，听着阿婆一声声“波隆”（黎语“你好”）的问候，穿梭在原生态的黎寨里。纺染织绣、竹木乐器演奏、打柴舞、黎族妇女的绣面文身……这些濒临失传的黎族传统技艺和正在消失的文化现象，在槟榔谷以最原生态的方式展示在游客面前。游客看到的不仅是一种风景，更多的是黎族传统文化的延续。

黎族苗族传统建筑、服饰、宗教、艺术、饮食、医药等民族文化和民间民俗、传统技艺等，都是游客旅游过程中观赏或体验的内容。

槟榔谷景区的《槟榔·古韵》演出，以近乎原生态的艺术形式，展示了最原始的钻木取火、舂米、打柴、掐手传情等黎族苗族同胞生产生活方式和爱情表达方式，该节目已经成为槟榔谷景区的品牌项目，5年来久演不衰。”

“我们被邀请到美国、俄罗斯等十几个国家参加演出，独具特色的歌舞表演得到当地观众的认可，现场掌声不断。”保亭民族歌舞团团长黄秀霞告诉记者，她们经常下乡采风，搜集一些黎族苗族民歌素材，然后进行改编，创作出既有黎族苗族元素又有现代气息的歌舞节目。

今年海南黎族、苗族“三月三”传统节日，少数民族市县举行了精彩纷呈的活动内容，对歌、祭祖、主题晚会等，吸引了全国各地成千上万游客前来游览体验。

“能在五指山看到黎祖祭祀大典和海南黎族苗族传统婚庆习俗，游客们感到很幸运。黎族、苗族群众穿着鲜艳的民族服装，在接亲、抢亲等环节，笑声不断，气氛非常活跃。”海南康泰国际旅行社相关负责人何鹏告诉《旅游周刊》记者，他们这次带来了全国各地近千名游客。独具民族特色的“三月三”活动在游客心中留下了深刻印象。

体验不一样的民族民俗风情

随着游客生活水平提高和思维观念的转变，游客从以前的观光游向休闲游、深度体验游转型，注重旅游过程中的自我参与性和互动性。

今年春节，山西游客高晓玲住在保亭什进村一家黎家民宿。“我们在这里住4天，大年三十我们跟黎族村民一起做年糕，吃地道黎家菜、本地五脚猪等特色菜。”高晓玲说，她还带孩子去砍甘蔗，到田里插秧，去菜地摘豆角，看村民杀猪、抓鱼等，充满乡村气息。小孩说找到“爸爸去哪儿”节目的感觉了。

“槟榔谷景区在不断挖掘和保护海南黎苗文化的同时，也增加众多游客体验黎苗文化的项目，如攀藤摘花、射鱼、叮咚等，让游客体验一道道丰富的文化大餐。”槟榔谷景区副总经理陈国东告诉记者。

清明节期间，来自海口的罗女士兴奋地说：“没想到槟榔谷有那么多好玩的项目，小孩对叮咚和秋千非常感兴趣。景区的民俗文化传承得很好，带小孩过来可以边玩边学、寓教于乐”。

为民俗旅游注入文化之魂

“吃、住、行、游、购、娱是旅游中的六大要素。挖掘黎苗文化，丰富旅游内容时，要贯穿到这些环节中。”五指山市旅游发展局局长陈建认为，五指山市在旅游开发中，还有很多内容值得挖掘。在饮食文化方面，鱼茶、水满鸭、竹筒饭、三色饭等特色小吃值得重点推介。

近年来，琼中黎族苗族自治县努力传承和挖掘黎族苗族有价值的文化元素，特别是黎族苗族的歌曲和舞蹈，打造“本格内”乡村旅游，希望通过生态、文化、旅游的相互融合，当地百姓每天都能过上“三月三”一样的生活，让游客能感受到浓郁民族风。

“保亭在城镇风貌设计和建设上黎苗风情还不够突出，尤其在农村危房改造中，缺乏有效的民族特色指导，导致房屋建设千篇一律，失去应有的民族特色。”保亭县委党校常务副校长王律认为，建筑是凝固的音乐，是旅游中一项重要元素。保亭在建筑风格上要突出民族特色，让今后的居民住宅成为一道道民族景观。

酒店预订 OTA和团购网鏖战不休

■ 本报记者 黄媛艳

旅行出游订酒店，在互联网时代，人们更多是点点鼠标，完成心仪酒店的在线预订。随着互联网日渐深入旅游行业，PC端和移动端的客源通道，备受涉旅机构重视。

携程、同程等OTA（在线旅行社）迅速发展的同时，美团、糯米团等团购网站也开始逐鹿旅游市场。酒店预订领域，OTA与团购网站究竟谁更强？

团购深受中低消费群体喜爱

周末约上好友到周边市县游玩是三亚市民凌欣的喜好。每次出发前，她总喜欢去美团等团购网站完成住宿预订。

“团购网站的酒店一般星级都不太高，价格比较亲民，而且这类网站比较贴合本地市场，推荐的酒店比较适合具有一般消费能力的本地居民。”凌欣说。

易观智库发布的一项数据显示，2014年国内酒店团购市场，美团、百度糯米、大众点评占据了超过95%的市场份额。而酒店团购又占据了整个酒店O2O（线上到线下）市场超过10%的市场份额，美团、百度糯米、大众点评毫无疑问对在线旅游平台构成了一定威胁。

“我们跟美团有很好的合作，现在酒店业务中60%的客人来自网络，其中团购网站来的客流不少。”三平国旅三亚分公司负责人陈发卿透露。

陈发卿表示，酒店团购的价格相对于标价、预定价而言，具有优势。价格敏感性消费者更愿意选择价格便宜且星级服务程度都相当的酒店入住。目前，美团等三大团购平台都有着强大的流量入口，积累了一定的用户基础，在移动端也有许多忠实的用户，一方面，借助团购网站的平台，酒店在淡季能有效售出客房，提高入住率；另一方面，酒店也能借助团购网站的平台，进行较为实惠的酒店宣传。

互联网时代，很多人喜欢在网上预订酒店。 本报记者 张茂 摄

“团购网站在O2O服务本地游客的优势明显，其客户具有本土化的特点，在本土客人群体中客户粘性较好，符合中低端消费市场客人的消费需要。”酷秀网CEO王海峰分析道。

OTA深挖个性化高端游客市场

在线旅游时代，“说走就走”的旅行让携程网、去哪儿网、艺龙网等OTA火了一把。对于在线旅游平台来说，酒店和机票预订是两块最大的业务，各家OTA都重点关注该类市场。

2015年是个性化深度游的大年，在线旅游业也因此进入旅游跨境电商时代。一项调研显示，中国大陆游客在旅行频次和花费都明显领先于亚太地区，游客对于深度游和旅游品质的要求显著提升，调查中，50%以上的中国受访者希望提高旅游休闲的内在质量，并愿意把更多的花费放在旅途中的酒店、餐饮和娱乐方面。

“与团购网站相比，OTA最大的优势是提供一站式的旅游服务，游客不仅能在这类平台上预订酒店，还能预订租车、机票，查看旅行攻略，一个网站就能完成旅游出行的基本需求。”王海峰透露，OTA网站在面对商务型、度假型高端游客优势明显，这类游客往往对价格不敏感，酒店的服务品质及相关配套对其更为重要。

同时，目前携程、艺龙等在线旅游平台已深耕市场多年，掌握许多旅游资源，很多酒店与其都签署了独家合作条约，这类排他性的合作一定程度上也成为OTA的竞争优势。

多方深耕在线旅游市场新蓝海

“OTA和团购网站，在酒店预订领域在细分市场各有优势。在设立之初，不同消费层次的客人已经自动分流。”王海峰说。

“为了保持相对的灵活性，我们除了跟多家OTA有合作外，也通过自己的官网或者和爱歌旅行网等专业订房网站合作。OTA能带来客流，但目前占比不大。”亚龙湾一家酒店的销售总监透露。

业内人士表示，团购网站经营酒店业务有其局限性，旺季或者在入住率比较高的时段，酒店和团购网站的合作较弱；而且很多酒店在与团购网站合作时，往往将一些房型或地段不好的客房用以团购，这直接影响客人的入住体验。

“随着在线旅游竞争的激烈，面对这片市场的蓝海，越来越多的团购网站也在深耕酒店预订业务，开始尝试在单一的酒店住宿领域增加如餐饮、养生等增值服务；OTA也在不断强化自身的核心客户群，不断完善线下服务增加客户粘性。”陈发卿说。