



## 评论员观察

过多的免费也许会导致令人始料不及的报复性消费反弹,与此对应的则是公交和景区的密集聚集。当地的疫情防控力度必须跟上对消费的刺激力度。

## 刺激文旅消费,“免费”应慎用

□本报评论员 沙元森

近日,厦门市有关部门联合发布通知,旨在促进全市旅游会展住宿餐饮业的健康发展。通知指出,6月30日之前,市民和游客在法定节假日和休息日免费乘坐地铁、BRT、公交车,国有A级景区向市民和游客免费开放,鼓励非国有A级景区参加免费开放活动。

这个政策的初衷显而易见,就是要以免费刺激旅游等行业的消费。与其他地方的消费券相比,厦门的刺激力度看上去更大一些。但是,过多的免费也许会导致令人始料不及的报复性消费反

弹,与此对应的则是公交和景区的密集聚集。当地的疫情防控力度必须跟上对消费的刺激力度。否则,一些领域的免费将对疫情防控造成冲击,这样的免费必须缓行。

受疫情影响,各地的旅游会展住宿餐饮等行业近期都承受着很大的经营压力。目前国内疫情防控形势积极向好的态势正在拓展,各地正在统筹推进疫情防控和经济社会发展工作。厦门是全国著名的旅游城市,旅游业是当地的支柱产业之一。厦门想尽快重振旅游以及与旅游相关产业的心情是可以理解的。

厦门是众多游客眼中的“网

红城市”,无论是鼓浪屿、曾厝垵,还是厦门大学、环岛路,厦门的知名景点在疫情出现之前一直是深受游客喜爱的“打卡地”。这个城市的景点不是藏在深山无人识的那种,不缺知名度和人气,只要条件合适,游客一定会纷至沓来。所以,厦门市有关部门无需发力太猛,应该相信厦门的“天生丽质”。

公交和景区的免费,固然是惠民措施,但是这种没有任何门槛的免费向公众传递了一种“不来白不来,不来就吃亏”的信号。很多在家里憋了很久的市民和游客,收到这么强烈的刺激信号,很容易在当地造成扎堆堆

象。比如鼓浪屿,平时就有单日游客不超过1.5万名的流量限制,目前因为疫情防控,又对人员密度进行了实时控制,日接待量不能超过日最大承载量的50%,瞬间流量不超过最大瞬时流量的30%。接待能力已经非常有限的景区,一旦遭遇游客高峰,固然可以采取分时段、间隔性进入等措施,但是景区外围的聚集依然会给疫情防控带来不必要的风险。近日,黄山景区出现游客扎堆场面,让很多人惊呼开启了“人从众”模式,就是因为黄山市29家景区对安徽籍游客免费开放14天所致。前车之鉴,不能不防。

景区及其外围一旦出现密集聚集,不仅加大了疫情防控的风险,也会降低游客的舒适度,甚至会让那些被免费的游客心生抱怨。很多地方的实践已经证明,免费的公共服务要慎用,不当的免费很容易造成资源的浪费。即便是为了惠民,厦门市有关部门也可以利用更多的渠道和方式,把“红包”精准地发到市民和游客手中。

免费是一剂“猛药”,是否适合此时的厦门旅游业,如果施用又需要哪些政策“配伍”,需要厦门市有关部门考虑得更周全,部署得更细致。总之,决不能让疫情随着消费一起反弹。

## 评论员观察

## 应对景区“人从众”,不能只盯着入口

□本报评论员 朱文龙

清明小长假期间,黄山风景区日接待游客达到两万人,景区出现客流早高峰,造成游客聚集。景区门口人挤人,上山通道亦拥挤不堪。为此,黄山风景区迅速启动了应急预案,通过优化预约措施、优化交通调配等加强客流疏导。

根据报道,截至4月6日上午8:30,黄山风景区客流高峰结束。“人从众”的黄山渐渐回归平静。不过,由此暴露出的景区防控问

题,应该引起各地重视。

当前,国内疫情防控态势持续向好,各地景区都在加速复工,公众出游意愿也在逐步恢复。在此背景下,黄山“人从众”的场景给其他景区提了个醒——在应对有可能出现的“报复性消费”时,还需要提前做好更多扎实有效的准备,特别是对疫情防控要求的细节要加以重视。

不能说黄山风景区的管理者没有做准备。相关通告显示,景区日游客最大承载量是5万人,

到两万人就拉闸限行,而且所有游客进山时都测量了体温,验证了安康码。不过,这些防控措施虽然看起来很到位,具体执行起来却暴露出不少问题。比如,防控要求公共场合人与人之间保持一米以上的距离,但从游客所拍摄的视频可以看出,黄山个别地段游客拥挤程度几乎是摩肩接踵。局部的拥堵让整体的流量控制失去了意义。

之所以出现这些问题,主要原因在于景区管理者对疫情防控细节关注不够。像黄山这么大

的景区,防控措施应该是多个环节无缝对接,自始至终都不应该出现“断点”“漏点”。而实际上,在发现问题之前,黄山景区只重点盯住了入口的审核查验,而忽视了游客进入景区之后的流动性。这种现象不只在黄山风景区存在,在其他景区也曾出现。如在2月22日,北京香山就曾出现过类似的问题。

疫情防控无小事,任何一个细微的疏忽都有可能致疫情反弹。从这个角度来说,黄山景区的“人从众”场景释放了一个

值得警惕的信号。景区管理者责任重大,必须始终绷紧疫情防控这根弦,提前做好准备,把每一个环节想好,每一项工作做细,不能再出现类似的密集聚集。唯有如此,才能实现景区复工和游客安全兼顾,才能实现社会公共利益的最大化。

“天下大事,必做于细”,疫情防控更是如此,越是形势向好,越要盯紧细节。

■投稿信箱:  
qilupinglun@sina.com

## 体彩开征吉祥物 邀你随看随评领红包

4月8日,以“益起来 绘精彩”为主题的体彩吉祥物征集活动启动会将通过线上播出的方式进行。在新冠肺炎疫情防控的关键阶段,体彩秉承责任为先的理念,创新活动举办形式,这也是中国体育彩票首次以线上举办品牌活动。

旨在与年轻群体建立沟通桥梁的体彩吉祥物征集活动启动会,有哪些亮点值得期待?下面将为大家抢先剧透。

北京2022年冬奥会吉祥物总设计师曹雪将会现身体彩吉祥物征集活动启动会,与广大网友在线互动,并从专业设计师角度对体彩吉祥物的设计理念提出建议。启动会还将邀请知名动漫博主、小玄鸡以及“苏大强”卡通形象的作者马里奥小黄,在线分享对体彩吉祥物设计的理解,并结合疫情期间的正能量作品与网友一起畅谈绘画带来的治愈力,这样的机会不容错过。

除了邀请到设计界大咖助阵之外,与在线网友即时互动也是启动会的亮点之一。体彩吉祥物征集活动启动仪式将别出心裁地由全体观众共同参与完成,大家一起发送能量弹幕,凝聚力量为活动能量条蓄能,正式开启本次体彩吉祥物的征集活动。观众可以通过发送弹幕、点赞等方式参与实时互动,并且还有惊喜红包随时降临,观看启动会的同时,也能收获满满的福气和好运。



据了解,体彩吉祥物征集活动将面向全国征集体彩吉祥物设计方案,无论是专业设计机构、专业设计人员,还是广大购彩者和热心民众,都可以参与本次征集活动,为体彩吉祥物的诞生贡献智慧和力量。

体彩吉祥物征集活动将是对“公益体彩,乐善人生”这一体彩品牌理念的全新诠释,不仅号召全民参与,激发人们的创作能力,同时让广大公众更加具

象化地了解中国体育彩票“来之于民,用之于民”的发行宗旨,继续塑造体彩公益、公信、健康、乐观、进取的品牌形象,让体彩进一步被大家认知和喜爱。

体彩吉祥物将集公益性、艺术性、创新性于一身,而最终入选的作品,都会有不同程度的丰厚奖励。启动会现场将公布参赛细则和奖励办法,有意参赛的朋友敬请留意。

体彩吉祥物征集活动启动会将于4

月8日14点开始线上播出,届时,广大网友可以进入本次启动会的直播间(<http://mudu.tv/watch/5214635>)全程观看并参与互动。此外,中国体彩网、中国网、新浪体育频道、PP视频体育频道将对本次启动会进行全程转播。

“益起来 绘精彩”,你是否想为公益体彩绘出属于自己的一份惊喜?敬请期待4月8日体彩吉祥物征集活动启动会,一起为公益助力,为梦想加油。