

燕赵  
观点

数据显示,发达国家旅游购物占旅游收入的比例在60%至70%,而目前我国旅游购物的比重还不到40%。有商品无文化,有买卖无规矩,好好的纪念品市场被弄得“一地鸡毛”。

□邓海建

# 旅游纪念品不能总是“同一张脸”

本应为旅游目的地独一无二的纪念名片,却以“同一张脸”出现在全国各地旅游景点,“同质化”“低端化”甚至“地摊化”,成为我国旅游纪念品市场的尴尬标签。甚至有人编段子调侃:义乌人民出去旅游一定没啥意思吧,毕竟纪念品都是从你们那拿货的。旅游文创产业如何更好地承载文化内涵、民俗风情及深层价值,如何满足游客对美好文创产品的需求,成为文创纪念品市场需要面对和思考的问题。(本报今日12版)

大概每个旅游城市都有个专门面对外地游客的“纪念品一条街”。这些年,一部分游客已经心照不宣地掌控了一份“手信秘笈”:人未到,货已买——出门旅游之前,先在淘宝上把当地纪念品定了再说。不仅货

比三家,还能价廉物美,最关键的是省却了带来带去的烦恼。

“旅游纪念品”上的陈年旧梗很多,吐槽的点无非就是两个:一是“全国景点一般货”,二是“纪念品多是又破又丑”——前者指向“同质化”,后者指向“低端化”。一块一模一样的丝帕,在杭州可能叫“杭绣”,去了苏州就叫“苏绣”,到了四川又成了“蜀绣”,在河南改名“卞绣”。至于银镯褪色变黄铜、塑料珍珠掉了皮、牦牛骨筷子尽是塑料味……既是笑谈,更非罕见。游客懒得较这个真儿,而躺着也能赚钱的小卖家们,更是懒得在这种一锤子买卖上创什么新了。

出门旅游,就是花钱。从消费心理上看,旅游消费是带有冲动情绪的。按理说,

能挑动游客购买欲的旅游纪念品,分分钟就能让消费者愉快埋单。数据显示,发达国家旅游购物占旅游收入的比例在60%至70%,而目前我国旅游购物的比重还不到40%。有商品无文化、有买卖无规矩,好好的纪念品市场被弄得“一地鸡毛”。

我国旅游纪念品市场的尴尬现实,起码有两个反思的维度:第一,在这个全域旅游时代,一些坑蒙拐骗、粗制滥造的旅游纪念品市场,竟也有地方愣是给了他们一片法外之地。漫天要价、看人下菜……一切丛林交易的粗鄙,大概都能在这个市场上遇见。那么,对地方部门来说,这究竟是管不了还是不想管?第二,旅游纪念品当然是刚需,前提是创意,只能在本地才能买到,而别人

复制粘贴不了。问题的关键是,我们的景点,如果还是躺着数钱懒得花那个心思,一些有特色的纪念品,恐怕不会凭空出现。好的旅游文创产品也不是没有,比如著名的“故宫系列”。至于把景点与时髦的彩妆或零食等“跨界融合”起来的例子,也不算鲜见。只是,这样的例子并不多。

有些景区调整起门票价格来,简直就跟“割肉”一样。可是,在发掘旅游纪念品附加值上,却显得不谙世事般风轻云淡。美好旅游的刚需和低劣纪念品的“倒胃口”,这两者之间的矛盾,看来亟待一场供给侧结构性改革来拯救。总之,广袤辽阔的旅游纪念品市场,千万不要再劳烦义乌小商品去承包万万年了。

公民  
发言

脚踩丹霞原始地貌、在长城上刻字、古城墙上练习攀岩……不文明行为数不胜数。在景区乱涂乱画、恣意妄为,不仅破坏了旅游资源乃至古迹,严重影响广大游客的游览体验,还逾越了法律红线。

□斯涵涵

## 用法律和道德钳制“平文涛”类丑行

7天前,西湖的网红石碑被乱涂乱画,引起强烈反响。想不到的是,昨天他又在钱王祠顶风作案。“欠杭州一个道歉的平文涛”这回跑不掉了。 (10月8日《钱江晚报》)

“十一”长假的第一天,西湖景区人流攒动,这个“平文涛”就在西湖边的网红石碑上乱涂乱画,继而在钱王祠顶风作案,如此行径令人震惊。

正如网友的气愤之语:这个“平文涛”原本想和西湖石碑一起千古留名,现在可好,众人皆知,可算是“名声远扬”了。的确,在这个人人都是信息员、监督员的网络时代,任何一种不文明、不道德、不公正的事情都会借由各种媒体渠道迅速发酵,而民众文明素质的整体提高也使得不文明行为快速曝光,于是便有了“平文涛,欠杭州一个道歉”的众声谴责,也因为有了那位早锻炼热心阿姨的及时发现和报告,

“平文涛”才会在如此短的时间内就被发现和制止。

“平文涛”被抓现行,但他只不过是文明者中的一个。脚踩很难复原的丹霞原始地貌、在长城上刻字、在古城墙上练习攀岩……不文明行为数不胜数。在景区乱涂乱画、恣意妄为,不仅破坏了旅游资源乃至古迹,严重影响广大游客的游览体验,还逾越了法律红线。

“旅游法”明确规定,旅游者在旅游活动中应当遵守社会公共秩序和社会公德,尊重当地的风俗习惯、文化传统和宗教信仰,爱护旅游资源,保护生态环境,遵守旅游文明行为规范。“平文涛”等无视法规,漠视道德,不遵守文明行为规范,必将为此付出法律代价。

物质水平的大幅提升支撑着国人越走越远,但什么是真正的美,恐怕一些游客心中并不了解,甚至也不在意,对于旅

游的目的、保护公物的意识也一直处于空白,“到此一游”的原始冲动在异地旅游的特殊环境里加倍放大,致使破坏文物、毁坏公物的丑陋行为屡禁不止,与现代文明格格不入。

我们要用法律和道德钳制“平文涛”类丑行。每一个游客都是美丽风景的参观者、见证者,也都是风景的守护者和“建造者”,我们的一举一动决定着文物和风景的未来,也折射出社会文明的程度和公民素质的高下。依照法律法规惩处不文明行为,用道德文明约束自己的一言一行,法治文明与道德文明一起构筑起文明的力量,让不文明陋习无处遁形。

只有自然美景与人类和谐共处,才能相得益彰,也只有人人都怀“敬畏”之心——敬畏自然、敬畏法律、敬畏道德,我们才可能“不虚此行”,发现并定格更多真正的美景。

这些年尤其到了博物馆日期间,博物馆工作被说得越来越重要,博物馆建设也如火如荼。但建了博物馆到底干什么,怎么和更多市民亲近起来、互动起来,一直是个没有解决好的问题。

□普沙岭

## 网文穿越百年成“檄文”尴了谁的尬

近日,有网友爆料,陕西省渭南市博物馆历史人文主题馆内,关于民国初期将领胡景翼的介绍展示中,有一篇《讨陈檄文》,该文章全篇错用了2010年国美控制权之争时的一篇文章,并不是历史上胡景翼发表的《讨陈檄文》。(10月8日《华商报》)

按理说,谁都有手抖犯错的时候,错了能改也就罢了。但博物馆犯的这个“无心之错”,让人如鲠在喉,很难说一句“罢了”就罢了。我们难免犯错,但不应该这么漫不经心;这个网文穿越百年的错误有多离谱,包含在其中的尴尬就有多沉重。

1918年元月,胡景翼发表《讨陈檄文》,讨伐袁世凯的帮凶、陕西督军陈树藩。如此内容迥异的文章,竟然就一路过关斩将,没被甄别出来。

戏剧性的是,在记者前往核实的过程中,渭南市博物馆的工作人员一度是不承

认错误的——“三楼的历史人文主题馆已展出一段时间。所有展品均经相关专家审核过,应该没有问题”。这种不以为然,尤其让人费解:展出一段时间了,没有人能发现并纠正这么明显的谬误,大家的工作是否走心了?

文博工作者不能用心敬畏博物馆工作,不能敬畏细节,应该不是个别案例。新闻后的网友留言,颇多“不以为然”——“经不起较真儿的博物馆展览多着呢”、“人家姑且干着、你就姑且看看”。这种认知,才是最为尴尬的地方。

老实说,这些年尤其到了博物馆日期间,博物馆工作被说得越来越重要,博物馆建设也如火如荼。但建了博物馆到底干什么,怎么和更多市民亲近起来、互动起来,一直是个没有解决好的问题。

刚刚过去的十一长假也能看到,人满为患的大型博物馆只是少数,绝大多数的

中小博物馆依然相对冷清。“让走进博物馆成为一种生活方式”,这种生活方式到底是什么,怎么才有吸引力,而不是一副拒人千里之外的模样;怎样才能避免做的人三心二意,看的人也三心二意,需要相当有耐心的努力付出。

博物馆理应承担一种带有生命力的文化传承,一种承载着公共利益的教育推广,一种唤醒观者生命体验的重要平台。文化理想、历史责任、公共价值,在博物馆事业当中尤其应该得到充分绽放;严谨、敬畏、热爱的态度,尤其需要在博物馆从业者身上得到彰显。这也是我们对这个漫不经心之错最为痛心的地方。

博物馆事业到底发展得怎么样,不只是仅靠数量来说话,而更应该靠质量来说话。希望这起网文穿越百年成“檄文”的尴尬,能够唤醒更多敬畏意识、更多走心行动。

如果一个景区假冒伪劣盛行,久而久之,游客就会敬而远之。

## 别让假陈醋毁了老品牌

□陆敬平

在很多旅游攻略里,老陈醋是游客来山西平遥古城最应该入手特产之一。古城一家醋店的老板,对所有游客都宣称自己是一个“手工醋酿造大师”,但记者调查得知,他的醋都批发自当地的一家醋厂,批发价1.5元/斤,然后标上“三年陈醋”或“五年陈醋”,以3元到8元的单价对外销售。廉价的贴牌醋、勾兑醋在很多醋店销售,有的稍作包装,就变成售价上百元的“老陈醋”,有醋商坦言“专坑外地人”,当地居民买醋都避开古城醋店。(10月8日《新京报》)

廉价的贴牌醋、勾兑醋,稍作包装立马身价暴涨,难怪一些不良商贩会趋之若鹜。对此,本地人心知肚明,买醋时都会选择避开这些醋店。也许这些无良商贩靠此赚得钵满盆满,殊不知,此举“后果很严重”。

一是贩假售假注定难长久。俗话说,真的假不了,假的真不了。外地游客出高价上当受骗买了假陈醋,回家食用如果发现口味不对,必然会质疑和吐槽。如今,自媒体那么发达,曝光只是早晚的事,这不,媒体揭开了老陈醋造假售假的面纱,必然会引起更多关注,即使再去旅游,一些人恐怕也不会购买陈醋了。这对当地来说,负面影响不言而喻,这样的一锤子买卖注定难长久。

二是可能毁了来之不易的陈醋品牌。大家知道,树立一个优秀品牌十分不易,需要几代人长期的努力和奋斗,而毁掉一个品牌却很容易,一件事甚至一句话就可能引发灾难性后果。这样的事例并不少见。因而,建议当地政府不要因短视的繁荣沾沾自喜,必须加强监管,坚决呵护老陈醋品牌。当然,也要提醒当地商家,唯有眼光长远、诚信经营,方能行稳致远、做大做强。否则,就是搬起石头砸自己的脚,自酿苦酒自己喝。

三是可能毁了当地旅游经济。如果一个景区假冒伪劣盛行,久而久之,游客就会对你敬而远之。需要强调的是,失去游客的信赖无疑是致命的。对此,当地相关部门需要高度重视,立即介入,严厉打击售卖假陈醋等违法违规行为,努力打造令游客放心的旅游市场,让游客来得开心、走得满意,这才是促进旅游业做大做强不二选择。