

# “全域旅游”时代需要全域治理

随着我国进入“全域旅游”时代,老百姓已不再局限于景点旅游,而是更倾向于自助游、休闲游。在这样的大环境下,景区管理也要从景点景区内围墙内的治安管理、社会管理向全域旅游依法治理转变。



□本报评论员 韩金惠

国家旅游局局长李金早3月12日在人民大会堂“两会部长通道”回答记者提问时说,中国旅游正从“景点旅游”转变到“全域旅游”,要建立适应“全域旅游”特点的旅游治理机制,成立旅游发展委员会、旅游警察、旅游巡回法庭以及工商旅游分局等。(3月13日新华社)

在此之前,很多人对于旅游警察的印象还是在三亚,2015年10月5日,中国首支旅

游警察——三亚市公安局旅游警察支队被正式批准挂牌成立。其实截至目前,全国已有21个省份成立了旅游发展委员会,13个省份成立了旅游警察。而按照国家旅游局局长李金早的说法,今后,旅游警察将会在全国推广开来。

但是公众最关心的是,从当初的三亚到最近的云南,旅游乱象屡禁不止的情况下,旅游警察的作用究竟有多大?相比于旅游、工商、物价、公安等多部门“九龙治水”,成立旅游警察最大的好处在于能实现各项职能的集中,让游客投诉更直接更高效。以三亚为例,成立旅游警察队伍后,对旅游市场的监管变被动为主动,建立起了快速高效的“多部门联动,综合执法”工作机制,根据游客的投诉举报、舆情监测、明察暗访等线索,做到快速反应,及时解决游客的问题。

当然,旅游警察并非孤军奋战,李金早所说的旅游治理机制就是一种“1+3”模式:“1”就是旅游委员会,“3”是设立旅游警察,设立旅游巡回法庭,设立工商旅游分局。这

是基于当前旅游市场的特点,总结现有经验的结果。毕竟旅游警察不能包治百病,旅游业的治理,还是要靠旅游、工商、物价等多部门形成合力。

希望旅游警察能够尽快从一些地方的“自选动作”,成为在全国推进综合执法的“规定动作”,也希望适应时代发展的全新旅游治理机制能够早日建立。时代在发展,市场在变化,一些旧的治理机制已经不再适应新的格局要求。

经过这些年的发展,国内的旅游市场与过去相比已经发生了质的变化。尤其是今年政府工作报告中,首次提出“全域旅游”的概念,预示着老百姓已经不再局限于景点旅游,而是更多地倾向于自助游、休闲游。旅游景点躺着数钱的日子已经一去不复返。在这样的大环境下,景区管理也势必从景点景区内围墙内的治安管理、社会管理向全域旅游依法治理转变。简单一点来说就是,过去只要把景点的治安搞好就行,现在景点以外的涉及游客的方方面面也要搞好。

## 基层医疗如何才能留住人才



□武洁

“如今,医疗人力资源分布不均,民众倾向选择县级以上医院就医,形成所谓‘上热、中温、下凉’现象。”全国人大代表、温州医科大学原校长瞿佳直指当下扎堆看病现象,坦言医疗人才“下不去”的问题,已成制约分级诊疗制推进的瓶颈之一。(3月12日中新网)

医疗服务的众多要素中,最关键的当然是人。一方面基层医疗离不开人才,另一方面,基层医疗却又留不住人才,如此悖论之下,基层医疗求解自然困难重重。

不难想象,假如基层医疗留不住人,基层人口与医生的比例不合理,基层医疗也很难给民众提供体贴入微的服务。而除了基层医疗人才的数量,其质量也同样关键。假如

基层医疗人才不具备全科医生的素质,也就不能胜任社区医疗服务的职能,自然难以获得民众认同。从这个角度来看,真正合格的基层医生,其实要求并不低,相比专家,全科型的基层医生同样是稀缺人才。要培养一个“全科医生”,往往要花费比普通专科医生更长的时间。但尴尬的是,一旦成为全科人才,基层就难以留住医生。

所以,基层“全科医生”存在缺口是表象,最根本的原因还是基层医疗的边缘化,以及家庭医疗服务的基本缺失。假如花大力气培养出来的“全科医生”,只能在不受重视的基层待着,不仅地位不高,收入也很可怜,那么去报考“全科医生”的自然也不会多。

真正要强化基层医疗服务体系,更需在全科医生的培养与医疗服务重心下沉上加大力度。只有真正给基层医疗足够的重视与投入,让公众体会到“全科医生”的价值与好处,让“全科医生”也有职业成就感和体面的收入,使其进入良性循环,“全科医生”这个“健康守门人”才能真正到位,基层医疗服务也才不会再受人才短缺掣肘。

■观察家

## “小鲜肉”和企业家收入并无可比性

□江德斌

针对目前电视节目中真人秀泛滥,一位不愿具名的全国政协委员表达不满:一帮演员在节目中打打闹闹,挣的钱却超过他的一个几百人的中型企业。全国政协委员陈维亚表示,部分年轻演员收入虚高是一个现实存在,出现这种情况必定是有原因的,从市场意义上讲叫需求决定市场,说明它有这个土壤,这是我们必须面对的客观现实。(3月13日中国青年网)

现在市场竞争激烈,做企业不容易,这一点很多人都明白。很多“小鲜肉”片酬惊人,这也是事实。很多节目质量不高,可以提意见乃至批评,片酬畸高的问题也值得重视。但是就收入而言,本着理性的态度来看,“小鲜肉”的收入和企业家并非一个行业,其实不具有可比性。演员所处的行业属于第三产业,乃是为消费者生产、提供娱乐

节目。这与企业生产、销售商品,满足消费者的物质需求并不矛盾。

眼下,演艺圈流行“小鲜肉”,观众喜欢看娱乐节目,这是一种现实。娱乐业就是不断变换新花样,观众的口味也在不断变化,一股潮流捧红一批人,今天的老演员以前也是当红“小鲜肉”,大家都是这样过来的。对于很多演员来讲,这个职业是高风险的青春饭,绝大多数明星都是流星,红几年就过气了,需要抓紧时间赚钱。也因此,我们看到演艺圈弥漫着商业炒作的浮躁气息,各方都在向钱看,收视率、票房成为唯一标准。

这样的状态能否持续下去呢?目前看资本还在继续密集涌入,娱乐业的成熟度也不够,加上受到互联网的冲击,商业模式亦处于颠覆变革阶段,各种乱象还会延续一段时间。当尘埃落定之后,观众也厌倦了,就会出现新的变化,“小鲜肉”模式或许不再吃香,转而被新的模式代替,老树发新芽也未可知。

## 巷议

### 给古树配上二维码 值得借鉴推广

3月12日是植树节,南京推出“一树一故事”活动,给古树名木配备二维码,开发手机端的APP软件,展示南京古树名木的等级、树种、树龄、故事传说等详实资料,首批有100多株古树名木入选。(3月13日《金陵晚报》)

古树名木,是一座城市宝贵的资源,有的古树名木能成为一条街道一个小区,甚至是一座城市的名片。古树名木的保护措施也需要与时俱进,借助二维码和互联网,给这些古树名木标配上独一无二的“网络身份证”,可以说是积极的尝试。其实,不只在南京,在西安、广州、杭州等城市,也采取了类似方法。

不过,不得不防的是,应当心某些人调换古树名木上的二维码,万一从中植入木马病毒之类,则可能给市民带来威胁,还需加强管理。 杨玉龙

### “地雷菜”这种噱头 还是越少越好

顾客点燃“地雷”上方的引线,引线燃尽后,“地雷”突然裂开,露出了底下的菜品,这原来是餐馆搞的一种噱头。可是因为意外,“地雷”下的热汤飞溅了出来,将顾客的脸部烫伤,这道菜算是真的“炸”了(3月13日《重庆晨报》)。

如今一些商家,真是够玩邪的。比如,“地雷”的说法让人惊掉下巴,其实却只是一个比较简单的装置。网店也有这样地雷模具出售。

当然,商家给自己的菜起什么名字,是人家自己的事情。但笔者认为,“雷人”菜名还是少一些为好,否则看似一时赚了眼球,却很容易弄巧成拙,沦为笑柄。毕竟,大多数时候,令人赏心悦目的菜名,才会更受欢迎,而下功夫提高菜品质量,才是制胜的根本。

阎淑萍



本报地址  
青岛市南京路110号

邮编  
266071

传真(0532)  
80889000

半岛一号通  
96663

报纸广告(0532)  
80889888

半岛互动平台



半岛客户端



半岛都市报官方微信  
bandaobao



半岛都市报官方微博  
weibo.com/bdnews



半岛爆料



半岛发行  
bd82805661



半岛小螺号配送  
xiaoluohaopeisong