

F新闻深1°

免签“朋友圈”持续扩容、便利人员往来措施不断优化……

让说走就走的“中国行”更“City”

□ 中国妇女报全媒体记者 高峰
□ 朱亦明

“city不city啊?”最近,海外社交平台,“City不City”成为热词,“China Travel”词条相关浏览量突破7亿,越来越多外国游客来到中国游览名胜古迹、品尝美食、感受博大精深的中华文化。

“海外中国热”的背后,是中国不断优化人员往来便利措施的最佳体现,也是中国与世界各国文化交流繁荣的生动写照。

新现象:入境免签带火中国行

7月6日上午十一点半,从广西南宁飞往老挝首都万象的航班开始出境边防检查,中国妇女报全媒体记者注意到,旅客中有三分之二是老挝籍,除了放假回国的留学生,也有不少西装革履的商务人士。

当天,南宁口岸共有出入境航班16架次,上座率几乎均在80%以上。在刚刚过去的五六月份,南宁口岸入境外籍旅客人数同比增长400%。作为面向东盟的航空枢纽,来自马来西亚、泰国和新加坡的旅客占外籍旅客总数的65%。

对于“海外中国热”现象,新加坡籍旅客舒宁女士认为免签政策是重要原因。舒宁的祖籍为广西平南县,她所在的大家族有一百多人,其中一半人在广西,一半人在新加坡和马来西亚。这次她打算用完30天的“免签额度”,除了要回平南“寻根”,还打算去大连和内蒙古感受一下北方风情。

“新加坡的华人华裔很多,在2月9日中国与新加坡互免签证正式生效之前,我听说办理中国签证要去大使馆排很长时间的队,几乎都得靠‘抢’。所以一直也没机会回来,现在带上护照就可以坐飞机回国,节约了很多时间,也更方便了。”舒女士对免签政策赞不绝口。

入境免签也带动了跨境旅游业的发展。日前,马来西亚导游刘欧慈带团结束,准备回国,她告诉记者,政策推出以来,从报名参团到出发,办理签证的时间保守估计要一个月。免签后,旅行社也乘势加强“中国游”的地面推广和网络投放力度,客户都很感兴趣。

面对不断增长的外籍旅客流量,南宁出入境边防检查站提前研判分析,科学配置警力,采取动态调整查验通道、加强现场分流引导、靠前提供咨询服务等多项措施,确保旅客通关高效有序、口岸安全稳定。

新角度:中国令人“流连忘返”

“第几次来中国?”对于检查员凌凯波的问题,回答“不止一次”的外籍旅客越来越多。

“中国每个城市和每个城市都不一样,每一次来都有不同的收获和惊喜。”黄福顺从事海产生意,经常往来新加坡和中国,足迹遍布大半个中国。

“和中国人几乎没有交流隔阂,体验感很好。比如在马来西亚我们也流行打王者



▲ 7月9日,来自意大利的游客在北京天坛公园体验太极拳后合影留念。

新华社记者 鞠焕宗/摄



◀ 南宁出入境边防检查站为外籍旅客办理边检查验手续。

朱亦明/摄

件,显然有备而来。

广西自然风景得天独厚,从去年9月份起,南宁口岸逐步迎来了外籍旅客入境热潮,现在热度不减,但也有两个新变化:一个是年轻旅客增多,另一个是传统旅游团减少。据介绍,2023年,南宁口岸最多一天有6个外籍旅游团入境,成员大多为老年人,他们选择跟团而不是自由行的原因是“Security(安全)、Convenient(便捷)”。

在免签政策、境外支付便利化及住宿优化等政策红利的共同影响下,3月份以来,自由行的外籍旅客占比逐步提升。

泰国女孩依蓝就是其中之一。去年,姐姐曾经带她去上过上海和苏州,吃了苏式面条,买了中国传统国货美妆,她还给记者展示了她在朱家角拍的旗袍照。在社交软件TikTok上刷到“南宁之夜”的视频后,她又和朋友开启了第二次中国旅行。

“上一次来,我觉得中国很安全,中国人也很友好。”和很多年轻人一样,依蓝喜欢在网络上研究攻略,综合对比之后,她选择了租租车导游的定制旅行。

负责接待依蓝的广西康辉国际导游杨女士表示,今年崇左和靖西方向的个性化定制小团火爆,通过多个网络平台,他们接待了来自新加坡、马来西亚、韩国以及泰国的旅客。“虽然在数量上与国内的定制旅行没法比,但这是一个新趋势,‘中国式’旅游将越来越受欢迎。”

荣耀。”马来西亚旅客陈杰去过成都和长沙,喜欢中国的摩登时尚。

“中国的庙宇很大很壮观,我想再去感受氛围。”老挝姑娘文雅兰告诉记者,她很喜欢看中国的电视剧《甄嬛传》。

……

不同的国籍、不同的年龄,给出了不同的答案。

相逢无远近,万里尚为邻。老挝国立大学孔子学院老院长李建民1998年来中国读书,从2010年第一次来南宁访问交流和筹建孔子学院开始,便经常往返万象和南宁,他也亲历了中国的飞速发展和口岸通关环境的优化升级、提质增效。他提到了一个细节:大概十年前开始,通关的自动提示就会自动匹配旅客所持护照对应的语言,科技感很强。

他认为“海外中国热”是“民间”和“官方”共同努力的成果。一方面是短视频在全球的流行,国外游客频频发声,让世界看到了更加真实生动的中国;另一方面,中国一直在各个渠道加强对外传播和交流。以老挝孔子学院为例,作为中国政府在海外援建的最大一所孔子学院,累计培训本土汉语学员共28届近5万人,并在全球率先开设中文师范专业本科,2021年中老铁路的开通更是推动了老挝学习汉语的热潮。

新趋势:外国人的“中国式旅游”

马来西亚籍旅客陈玉珍女士是享受互免政策的首批旅客,几个月后,她又带着6名朋友“二度游桂”。

“在中国,有一部手机就够了。”陈玉珍提前下载了支付软件、交通软件和聊天软

需求更理性,场景再“上新”

——暑期研学游市场走访观察

- 今年的暑假研学产品预订启动更早,研学产品的预订从5月中旬就开始起量。截至目前,预订量比去年同期增长四成左右,价格比去年略有下降
- 面对社会需求的理性和多元,研学市场也在不断发展,呈现出三大新趋势:市场细分更为专业、从业门槛有所提升、行业品牌化开始显现
- 在市场火爆的同时,乱象也随之产生。在文旅加速融合的新形势下,研学项目涉及多个政府部门,无论在规则完善还是在监管发力上,都需要多方联动、统筹协作,促进研学行业良性发展

□ 新华社记者 郑天虹 王莹 廖君

暑期来临,研学游升温,成为一些青少年开启假期模式的热门之选。记者近日在广东、湖北、辽宁等地采访发现,研学游需求趋向多元和理性,更多市场主体聚焦“学”和“研”,推出一些小而美、小而专的项目,研学场景不断“上新”。与此同时,从业门槛有所提升,行业品牌化趋势开始显现。

预订量比去年同期增加,需求更趋理性

今年的暑假研学产品预订启动更早。“去哪儿”大数据研究院研究员肖鹏说,研学产品的预订从5月中旬就开始起量。截至目前,预订量比去年同期增长四成左右,价格比去年略有下降。

记者观察到,研学市场需求旺盛的同时,理性成分也在增加。广州一名中学生家长王

女士说,以前喜欢“跟风”“蹭热度”,今年开始考虑孩子到底要在研学中收获什么。

家长也不再是“只选贵的”,开始关注研学内容的深度和广度。武汉市民李女士的儿子下半年将升初中,刚参加了北京六天五晚文化研学活动。她说,每人5800多元的团费虽不便宜,但研学内容不再只是在名校打个卡,而是走进京东亚细亚一号仓,参访科大讯飞,这是孩子平日里接触不到的新科技,知识和视野都有所拓展。

第三方调研数据显示,2023年,全国中小学生学习实践教育基地超过1600个,研学企业30000多家,研学市场规模1469亿元;预计到2026年,市场规模将达到2422亿元。

行业不断发展,呈现三大新趋势

面对社会需求的理性和多元,研学市场也在不断发展,呈现出三大新趋势:

——市场细分更为专业。记者梳理发

现,除了博物馆、风景名胜等传统人文自然景观类研学项目外,一些小而专的项目受到追捧。比如“海龟大象保育营”“少儿中医夏令营”“山海经文化营”“火箭研学营”等。

——从业门槛有所提升。近日,人力资源和社会保障部发布《关于对拟发布生物工程技术人员等职业信息进行公示的公告》,将“研学旅行指导师”职业名称变更为“研学旅游指导师”。业内人士认为,这有助于提升从业人员的专业化水平,确保他们具备为学生提供高质量研学实践服务的能力。

——行业品牌化开始显现。河南省旅游协会副会长王亚洲说,研学行业大浪淘沙,品牌度、集中度不断提升。现在给孩子选研学项目,很多家长更倾向于选择市场认可度高的跨区域、大品牌机构。

各地文旅部门也在大力打造各具特色的研学品牌活动。沈阳市红色文化研究会等单位联合开展推介沈阳旅游资源的主题研学活动“小使者万里行”;西安旅游集团推出“动物园奇妙夜——围炉故事会”秦岭野生动物园夜游等多条夏季研学路线;济南市文化和旅游局近日组织全市非遗传承场所开展“泉润非遗——暑假研学月”活动……

市场仍存乱象,需要多方联动加强监管

记者调研发现,在市场火爆的同时,部分经营者资质不全、产品质量参差不齐、实际服务与广告承诺不符等乱象也随之产生。

业内人士认为,传统旅游企业正处于转型过程中,而新兴的研学机构又难以完全满足公众对高质量研学游产品的需求,导致供需之间存在不匹配的现象。

沈阳市青少年农学研实践基地负责人高振河表示,教育部、文旅部要求研学机构必须同时具备教育公司性质和旅行社资质。但在实际操作中,一些旅行社并没有研发相应研学课程,只是导游上岗;而有些教育机构只有带队老师,却没有旅行社资质。还有补课程、幼儿园、私立学校也纷纷涌入研学市场,虽然有生源优势,但在组织能力、安全把控、课程品质方面没有太多实践经验,存在一些隐患。

“研学产品要区别于常规旅游产品,研学旅游指导师要兼具教师与导游的双重职能,研学课程的标准化开发要进一步规范。”小团在途负责人小来说。

“在文旅加速融合的新形势下,研学项目涉及教育、文化、旅游、体育、市场监管等多个政府部门,无论在规则完善还是在监管发力上,都需要多方联动、统筹协作,并明确责任和边界。”中国教育科学研究院研究员储朝晖说。相关机构要想在研学市场上站稳脚跟,必须在课程研发、研学体验、服务品质、执行标准上进一步提升。品牌形象、企业外宣、新媒体运营也逐渐成为品质研学机构的标配。学生体验、家长反馈也会在自媒体平台给出评判。有关专家表示,随着研学旅行的覆盖面越来越广,激烈竞争,规范引导会促进研学行业良性发展。

F天天观点

社区食堂的“剩菜盲盒”还须理性有度

□ 木须虫

年轻人悄然爱上的社区食堂,竟然也玩起了“剩菜盲盒”,两者会碰撞出怎样的火花?最近,上海徐汇区的一家社区食堂,漕河泾街道华富社区食堂推出了一款10元“爱心盲盒”,每天限时限量发售,受到很多人的喜爱。“盲盒”的售卖时间是社区食堂当天营业结束前一小时,目前是13:00—13:30、19:00—20:00两个时间段。

相对于时下流行的“剩菜盲盒”,社区食堂的“剩菜盲盒”更名副其实,前者多是一些糕点之类的食品,而后者则是实实在在的中式菜品。当然,也非实质性的“剩菜”,而是食堂加工模式无法精准控量,在正常餐饮时段来不及售完的菜品,延时继续销售,在卫生与品质方面没有任何问题。

同时,引入“盲盒”的形式,并以低于正常价格一半的优惠,再辅以延时服务,不得不说很有吸引力。如此,既使得这些菜品实现了物尽其用,从根本上防止了食物浪费,同时,也让一些因工作影响不能正常就餐和部分低收入群体,切实享受到了便利与实惠。

食物浪费是餐饮的共性问题,社区食堂“大锅小份”的制售模式,受到销售波动的影响,不可避免地会产生“剩余”,通过服务便利与价格优惠促销,扩大消费减少浪费,从这个意义上来说,社区食堂引入“剩菜盲盒”可以借鉴复制。

当然,“剩菜盲盒”并不是餐饮经营的主流,而时下,“剩菜盲盒”在流量的扶持下,反而成为“噱头”,显然本末倒置。社区食堂引入“剩菜盲盒”的确认经营又亮了几分,但并不宜成为社区食堂营销的“卖点”乃至“炫耀点”,还须谨守减少食物浪费举措的边界,合理有度。

此外,“剩菜盲盒”对消费者而言是射幸选择,对于经营者来说同样也有不确定性,就餐的人多,“剩菜”就少甚至没有。总之,“剩菜盲盒”不会是稳定的供应。因此,社区食堂等餐饮经营者,亦要合理控量,不唯“剩菜”而增量,同时,也要加强宣传,引导消费者理性对待,消除“剩菜盲盒”经营模式的误区。

新闻壹段评

理性看待无人驾驶出租车

最近,百度旗下的“萝卜快跑”频频登上热搜:7月7日在武汉街头与行人相撞,7月10日百度集团股价上涨超10%。争议声也随之而来:无人驾驶要抢了出租车驾驶员的饭碗?无人驾驶出租车上路的法规是否已经完善?“萝卜快跑”引发热议的背后,不少人认为无人驾驶汽车正在整顿和颠覆出行市场。

与传统出租车、网约车相比,无人驾驶出租车确实具备不少优势,但其技术上还有很大的进步空间,需要进一步提高其智能性、安全性。因此,公众不妨以一种既乐观又审慎的态度看待它的发展,相关企业也要摆正心态,不能为了抢占市场过度炒作。政府及有关部门则需要从法律与制度的角度,来为它的规模化发展奠定基础,做好保障。

“降温神器”,要降温更要安全

今年夏季,全国多地连发高温预警提示,各类“降温神器”的销量也连创新高。其中包括一款号称可以“快速制冷”“一喷降温”的降温喷雾,一些网红降温喷雾的销量甚至达到10万+。然而,一些消费者反映,部分降温喷雾产品的成分存在安全隐患。还有夏天热销的制冷杯、挂脖风扇以及冷感湿巾、降温冰贴等产品,或多或少都在使用、保存等方面存在一些安全隐患。

“降温神器”虽具有降温效果,但也存在一定的安全隐患,令人难以放心使用。因此,厂商在研发、生产“降温神器”时,不能只注重降温效果,也要综合考虑消费者的使用场景和习惯,以安全为第一原则,在材料、设计、操作等方面多下功夫,提高安全等级,并在说明书上,仔细标注安全风险,提醒消费者正确使用。同时,商家在促销“降温神器”时,不能“王婆卖瓜”只夸降温优点,也要注意事项讲明白,提醒消费者安全使用,尽可能降低安全事故。

别让“天价花篮”亵渎殡仪馆公益属性

近日有网友发文称,一名4岁儿童因病在济南去世,其妈妈想让孩子走得体面些,让济南殡仪馆为孩子于灵堂布置花篮,8个花篮被收费13800元,后经“讲价”降到3000元,而后又改为鲜花“租赁”,鲜花将回收。7月10日,济南市民政局发布通报:已成立调查组对网络反映问题进行认真调查。

殡葬服务是民生大事,关乎群众切身利益。殡仪馆作为具有公益属性的殡葬事业单位,必须坚持殡葬公益服务理念,不应也不能对逝者家属“趁火打劫”。当前,殡葬行业高收费、乱收费的话题屡引热议,对此,不能止于个案查处与纠偏,而要花更大力气对整个行业进行持续的专项整治,对价格不透明、漫天要价、强制消费等违法行为从重处理。同时,要进一步完善相关法律法规,明确殡葬业各项收费标准和相关监管部门的权责,加快形成监管合力,扩大监管范围,促进殡葬行业规范化运行。

黄婷 整理点评