

旅游规划与设计

18

北京大学旅游研究与规划中心 主编

中国建筑工业出版社 出版

旅游规划 + 景观建筑 + 景区管理

旅游厕所

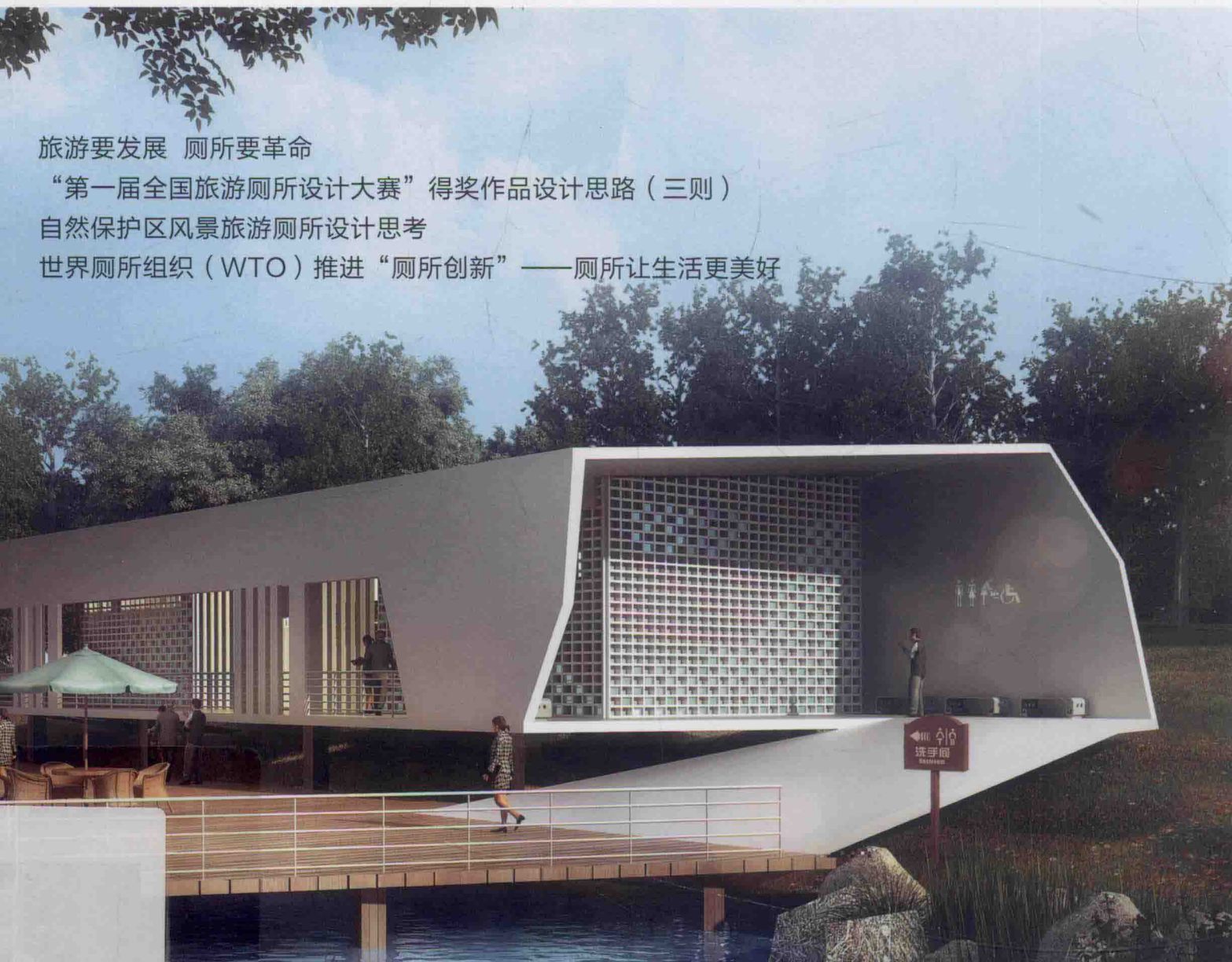
Tourist Toilet

旅游要发展 厕所要革命

“第一届全国旅游厕所设计大赛” 获奖作品设计思路（三则）

自然保护区风景旅游厕所设计思考

世界厕所组织（WTO）推进“厕所创新”——厕所让生活更美好



TOURISM PLANNING & DESIGN

NO.18

旅游规划与设计 18

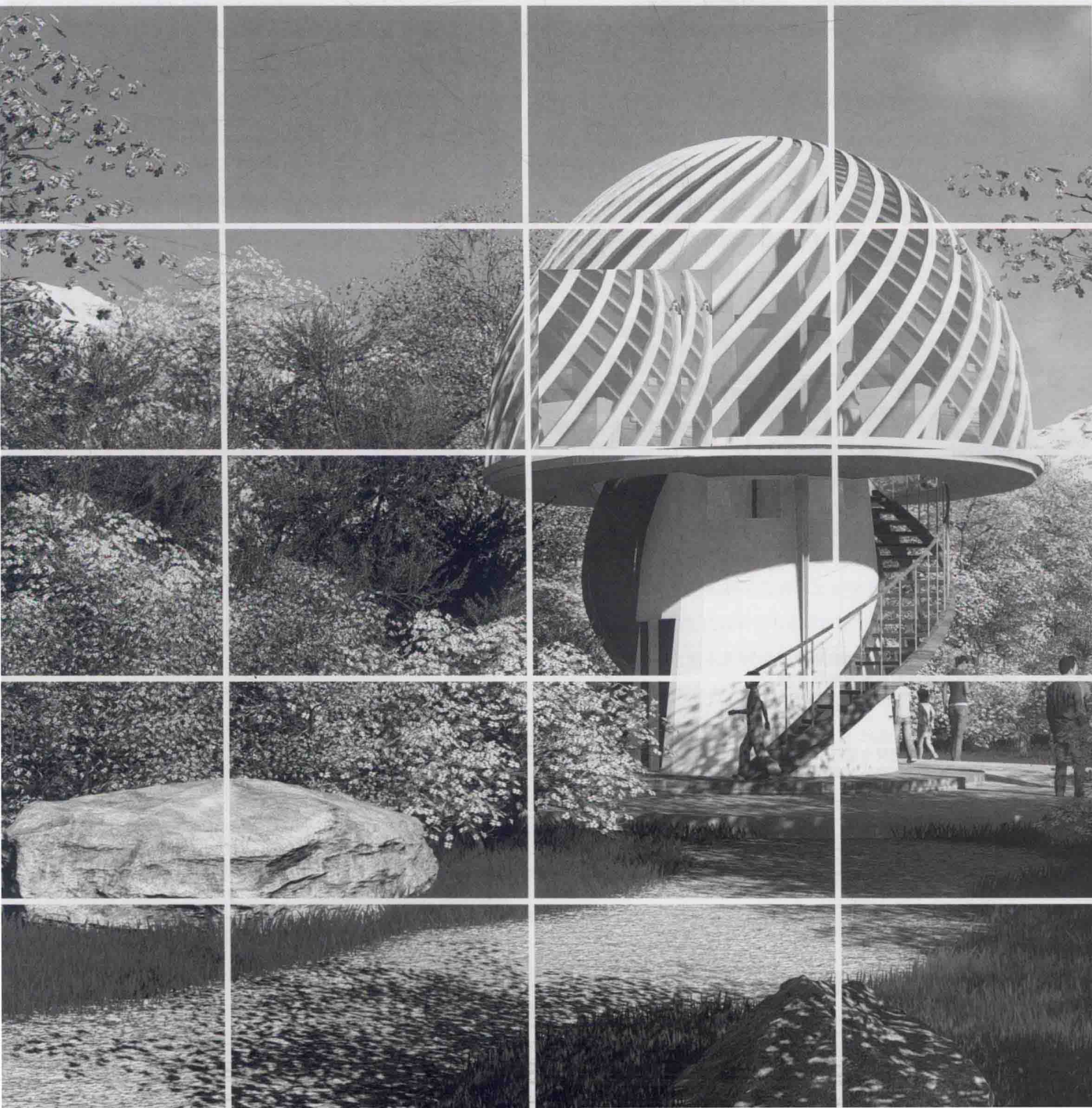
旅游规划 + 景观建筑 + 景区管理

北京大学旅游研究与规划中心 主编

中国建筑工业出版社 出版

旅游厕所

Tourist Toilet



图书在版编目 (CIP) 数据

旅游规划与设计——旅游厕所/北京大学旅游研究与规划中心主编.——北京:中国建筑工业出版社,2015.12

ISBN 978-7-112-18837-6

I. ①旅… II. ①北… III. ①旅游规划②旅游区-卫生间-设计 IV. ①F590.1

中国版本图书馆CIP数据核字(2015)第297670号

主编单位:

北京大学旅游研究与规划中心 大地风景国际咨询集团

出版单位:

中国建筑工业出版社

编委 (按姓名拼音排序):

保继刚 (中山大学)	陈 田 (中国科学院)	陈可石 (北京大学深圳研究生院)
高 峻 (上海师范大学)	刘 锋 (巅峰智业)	刘滨谊 (同济大学)
马耀峰 (陕西师范大学)	石培华 (北京交通大学)	王向荣 (北京林业大学)
魏小安 (中央民族大学)	谢彦君 (东北财经大学)	杨 锐 (清华大学)
杨振之 (四川大学)	张 捷 (南京大学)	张广瑞 (中国社会科学院)
周建明 (中国城市规划设计院)	邹统钎 (北京第二外国语学院)	

名誉主编: 刘德谦

主编: 吴必虎

本期特约主编: 文 艺

副主编: 李咪咪 戴林琳 汪 芳 杨小兰 王 珏

编辑部主任: 林丽琴

编辑部副主任: 陈 静

编辑: 沈 蕾 崔 锐 欧阳文婷

装帧设计: 大地风景 张正媛

责任编辑: 郑淮兵 王晓迪

责任校对: 张 颖 姜小莲

封面图片提供: 山东省“笔墨”设计团队

封面图片说明: 中德生态园旅游公厕日景透视图

旅游规划与设计——旅游厕所

北京大学旅游研究与规划中心 主编

*

中国建筑工业出版社 出版、发行 (北京西郊百万庄)

各地新华书店、建筑书店经销

北京画中画印刷有限公司印刷

*

开本: 880×1230毫米 1/16 印张: 7 ¼ 字数: 300千字

2015年12月第一版 2015年12月第一次印刷

定价: 48.00元

ISBN 978-7-112-18837-6

(28088)

版权所有 翻印必究

如有印装质量问题, 可寄本社退换

(邮政编码 100037)

目 录



6 旅游厕所革命

- 8 旅游要发展 厕所要革命 李金早
- 14 2015年上半年旅游厕所建设管理行动 国家旅游局综合司
- 16 旅游厕所革命开展态势及思考 高舜礼 邢丽涛

24 厕所文化与行业规范

- 26 中国的如厕历史与文化 毛天哲
- 34 世界风景厕所发展与研究 唐健霞 吴建星 马若峰 何颖
- 46 国家标准：旅游厕所质量等级的划分与评定（送审稿节选）
国家旅游局监管司标准化处供稿

54 “第一届全国旅游厕所设计大赛” 获奖作品设计思路

- 56 严寒旅游景区无水生态化厕所设计
 ——旅游景区厕所生态化设计理念及技术 史春龙
- 62 诗画江南旅游厕所方案设计 谢慰慰
- 66 中德生态园旅游公厕方案 尤琪 支帅

70 旅游厕所的多适应性：规划与设计实践

- 72 北京市旅游厕所改造与提升 张金山 王伟
- 78 自然保护区风景旅游厕所设计思考
 ——以环长白山慢行绿道风景旅游厕所设计方案为例 王文娇 徐晓东
- 88 新型旅游风景厕所设计的实践研究 孙晨
- 92 旅游度假区“厕所革命”的实践思考
 ——以东钱湖国家级旅游度假区为例 苏少敏

98 国外及中国台湾地区旅游厕所借鉴

- 100 台湾友善公共厕所规划设计理念 ——以主题乐园为例 吴忠宏 曾维德
- 108 世界厕所组织（WTO）推进“厕所创新” ——厕所让生活更美好 李孜 蒋雨婷
- 118 他山之石：国外厕所怎么做 《中国旅游报》供稿

CONTENTS

TOURISM PLANNING & DESIGN NO.18

旅游规划与设计 18

旅游规划 + 景观建筑 + 景区管理
北京大学旅游研究与规划中心 主编 中国建筑工业出版社 出版

6 Tourist Toilet Revolution

8 Toilet Revolution for Tourism Development *by Li Jinzao*

14 Tourist Toilet Construction and Management in the First Half of 2015 *by the Comprehensive Coordination Department, China National Tourism Administration*

16 The Tourist Toilet Revolution: Current Situation and Reflections *by Gao Shunli, Xing Litao*

24 Toilet Culture and Industry Standards

26 The History and Culture of Toilet in China *by Mao Tianzhe*

34 Toilet as Attractions: Evolvement and Research *by Tang Jianxia, Wu Jianxing, Ma Ruofeng, He Ying*

46 National Standard: Classification and Evaluation of Tourist Toilets (Selected To Be Approved) *by China National Tourism Administration Industry Supervision and Management Department Standardization Division*

54 Design Inspirations of The First National Tourist Toilet Design Competition

56 Ecological Toilet Design for Tourism Scenic Spots in Cold Region: Design Concept and Technology *by Shi Chunlong*

62 Tourist Toilet Design by Shihua Jiangnan Design Company *by Xie Weiwei*

66 Tourist Toilet Design by a China-Germany Eco-park Team *by You Qi, Zhi Shuai*

70 Multi-adaptability of Tourist Toilet: Planning and Design Practice

72 The Upgrading and Enhancement of Tourist Toilet in Beijing *by Zhang Jinshan, Wang Wei*

78 The Design Inspiration of Scenic Tourist Toilet in Natural Reserve: The Case of Changbai Mountain Greenway *by Wang Wenjiao, Xu Xiaodong*

88 The Practice of New Style Scenic Tourist Toilet Design *by Sun Chen*

92 Tourist Toilet Revolution in Resorts: The Case of Dongqian Lake Tourist Area *by Su Shaomin*

98 Experiences and Good Practices

100 Planning and Design Principle of Friendly Public Toilet in Taiwan: A Case Study on Theme Park *by Wu Zhonghong, Zeng Weide*

108 World Toilet Organization (WTO) Promotes "Toilet Innovation": Better Toilet, Better Life *by Li Zi, Jiang Yuting*

118 Tourist Toilet: Learning from Other Countries *by China Tourism News*



Tourist Toilet

北京大学旅游研究与规划中心 主编
中国建筑工业出版社 出版

TOURISM PLANNING & DESIGN

NO.18

旅游规划与设计 18

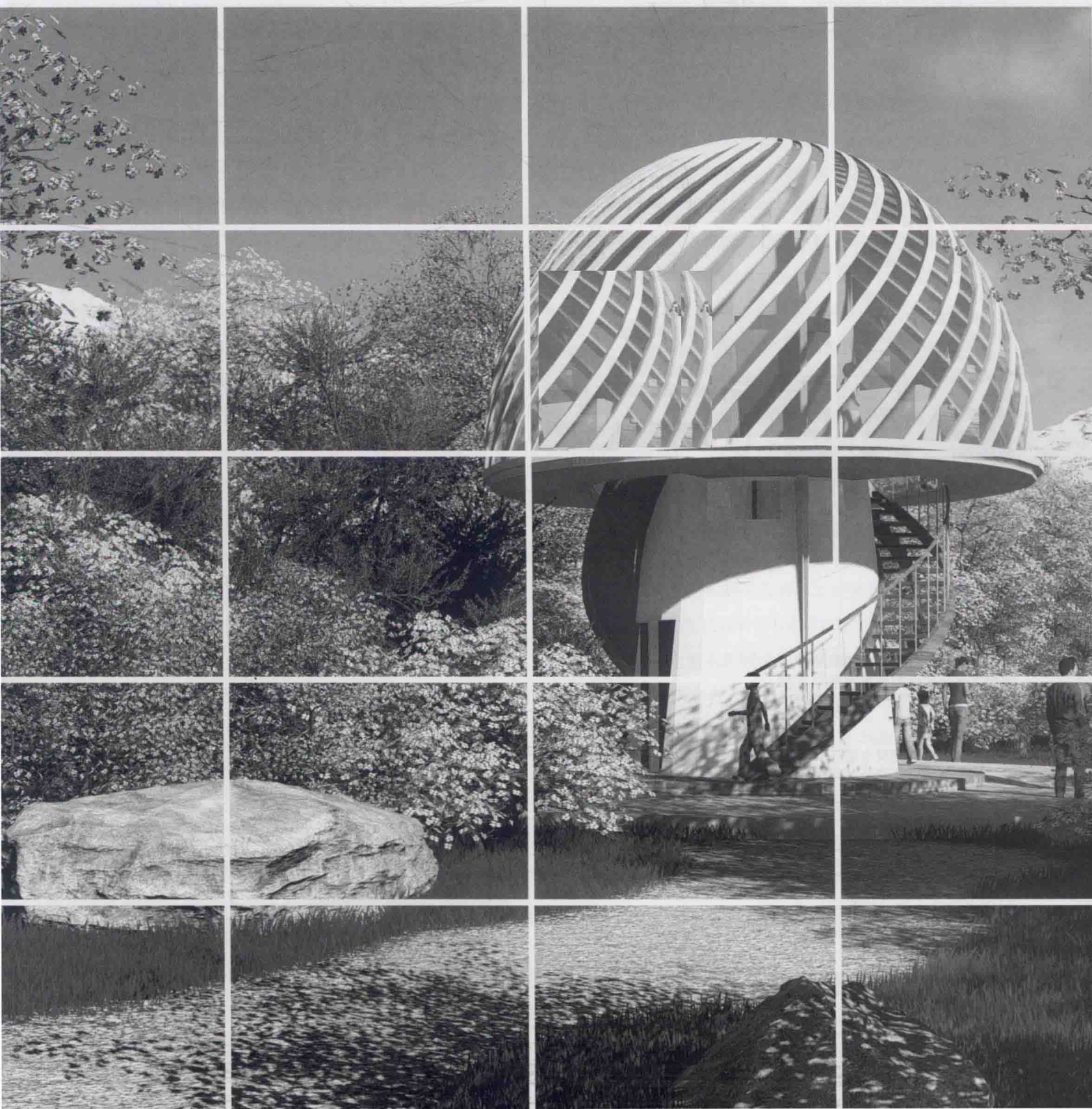
旅游规划 + 景观建筑 + 景区管理

北京大学旅游研究与规划中心 主编

中国建筑工业出版社 出版

旅游厕所

Tourist Toilet



图书在版编目 (CIP) 数据

旅游规划与设计——旅游厕所/北京大学旅游研究与规划中心主编.——北京:中国建筑工业出版社,2015.12

ISBN 978-7-112-18837-6

I. ①旅… II. ①北… III. ①旅游规划②旅游区-卫生间-设计 IV. ①F590.1

中国版本图书馆CIP数据核字(2015)第297670号

主编单位:

北京大学旅游研究与规划中心 大地风景国际咨询集团

出版单位:

中国建筑工业出版社

编委 (按姓名拼音排序):

保继刚 (中山大学)	陈 田 (中国科学院)	陈可石 (北京大学深圳研究生院)
高 峻 (上海师范大学)	刘 锋 (巅峰智业)	刘滨谊 (同济大学)
马耀峰 (陕西师范大学)	石培华 (北京交通大学)	王向荣 (北京林业大学)
魏小安 (中央民族大学)	谢彦君 (东北财经大学)	杨 锐 (清华大学)
杨振之 (四川大学)	张 捷 (南京大学)	张广瑞 (中国社会科学院)
周建明 (中国城市规划设计院)	邹统钎 (北京第二外国语学院)	

名誉主编: 刘德谦

主编: 吴必虎

本期特约主编: 文 艺

副主编: 李咪咪 戴林琳 汪 芳 杨小兰 王 珏

编辑部主任: 林丽琴

编辑部副主任: 陈 静

编辑: 沈 蕾 崔 锐 欧阳文婷

装帧设计: 大地风景 张正媛

责任编辑: 郑淮兵 王晓迪

责任校对: 张 颖 姜小莲

封面图片提供: 山东省“笔墨”设计团队

封面图片说明: 中德生态园旅游公厕日景透视图

旅游规划与设计——旅游厕所

北京大学旅游研究与规划中心 主编

*

中国建筑工业出版社 出版、发行 (北京西郊百万庄)

各地新华书店、建筑书店经销

北京画中画印刷有限公司印刷

*

开本: 880×1230毫米 1/16 印张: 7 ¼ 字数: 300千字

2015年12月第一版 2015年12月第一次印刷

定价: 48.00元

ISBN 978-7-112-18837-6

(28088)

版权所有 翻印必究

如有印装质量问题, 可寄本社退换

(邮政编码 100037)

卷首语

随着我国经济的高速发展,大众旅游的黄金时代已经来临,可厕所卫生条件差、供给不足、分布不均、设计不当等诸多问题,已经成为我国社会公共服务体系和旅游过程中最薄弱的环节,也成为横在我国旅游业发展车轮前的一道坎。即使从全球的视角来看,情况也是如此。刚刚过去的11月19日,全球便迎来了意在推动旅游厕所改善的第三个“世界厕所日”;而根据世界卫生组织6月30号发布的数据显示,尽管2015年全球缺少厕所的人口较去年下降了8%,但还是有很多地区的民众仍然面临着如厕难的问题。

今年年初,中国厕所革命的号角在全国旅游工作会议上吹响,会议发布了旅游发展的“515战略”,其中就特意提到了“旅游厕所革命”这个新任务。任务计划用三年的时间通过政策引导、资金补助、标准规范等手段持续推进新建、改扩建厕所共计5.8万座。并鼓励以商建厕、以商养厕、以商管厕的方式,努力营造健康的厕所文化。自古拘于我国传统文化中视厕所为污秽之地的观念,众人对厕所问题虽反响强烈但仍然羞于启齿,觉其难登大雅之堂,如今终于名正言顺地摆上了台面。厕所问题,实际上是推动社会文明建设的问题。其实早在宋朝,欧阳修就曾说过,他读书得益于“三上”:“曰马上,曰轿上,曰厕上。”可见,如厕之事解决好了也可以是儒雅之事。

时近2015年年末,根据中国国家旅游局统计数字显示,截至9月底,全国已开工建设旅游厕所共20008座,占全年计划的95.15%。其中,已竣工12692座,占全年计划的60.36%,在建7316座,占全年计划的34.79%。从数据上来看,全国各地广泛开展的厕所革命进展顺利。但从成果上来看,旅游厕所革命还不应该只是简单的政府主导行为,以单纯增加旅游厕所的数量为最终目标。而应该是一项社会工程,需全社会参

与、融合各个行业对旅游厕所革命的观点和建议,进行合理的规划、多样化的设计和技术上的创新。旅游厕所要革命,首先得提升如厕体验感和附加功能,目前由本人主持研发的旅游风景移动型厕所、生态节能创意厕所、儿童旅游观景厕所等均已经得到了突破性进展,准备择时发布。

本期《旅游规划与设计》“旅游厕所专辑”的编辑与出版,就是主编吴必虎教授在今年年初为响应国家旅游局部署而提出来的。感谢杂志社的盛邀,本人有幸主持编辑了这一辑期刊,同时自己在审稿的过程中也感触颇深。“厕所革命”涉及的学科广泛,编辑过程中也常是取舍难断,因而也与编辑部的同志们展开了一轮又一轮的讨论商榷。编辑部新上任的林丽琴主任、陈静副主任和沈蔷编辑都为此付出了极大的努力。这里我深表谢意!

在这里,更要感谢国家旅游局的领导和相关司室,正因为他们的支持与帮助,才使得《旅游规划与设计》的“旅游厕所专辑”能够及时而准确地向读者展现出文稿的全国视野。本期专题的作者,很多都是有着丰富的规划设计经验的行业专家和学者,这些文章既有对理论和历史的研究,又有着独到的设计和思路。希望本辑读物的出版,能够为中国的旅游厕所革命发展前行提供参考和借鉴。相信大家本着同一个目标,一定能将这场旅游厕所革命进行到底。

本期特约主编:



文艺
北京大地风景旅游景观规划设计有限公司副总经理
2015年11月30日 北京

目 录



6 旅游厕所革命

- 8 旅游要发展 厕所要革命 李金早
- 14 2015年上半年旅游厕所建设管理行动 国家旅游局综合司
- 16 旅游厕所革命开展态势及思考 高舜礼 邢丽涛

24 厕所文化与行业规范

- 26 中国的如厕历史与文化 毛天哲
- 34 世界风景厕所发展与研究 唐健霞 吴建星 马若峰 何颖
- 46 国家标准：旅游厕所质量等级的划分与评定（送审稿节选）
国家旅游局监管司标准化处供稿

54 “第一届全国旅游厕所设计大赛” 获奖作品设计思路

- 56 严寒旅游景区无水生态化厕所设计
 ——旅游景区厕所生态化设计理念及技术 史春龙
- 62 诗画江南旅游厕所方案设计 谢慰慰
- 66 中德生态园旅游公厕方案 尤琪 支帅

70 旅游厕所的多适应性：规划与设计实践

- 72 北京市旅游厕所改造与提升 张金山 王伟
- 78 自然保护区风景旅游厕所设计思考
 ——以环长白山慢行绿道风景旅游厕所设计方案为例 王文娇 徐晓东
- 88 新型旅游风景厕所设计的实践研究 孙晨
- 92 旅游度假区“厕所革命”的实践思考
 ——以东钱湖国家级旅游度假区为例 苏少敏

98 国外及中国台湾地区旅游厕所借鉴

- 100 台湾友善公共厕所规划设计理念 ——以主题乐园为例 吴忠宏 曾维德
- 108 世界厕所组织（WTO）推进“厕所创新” ——厕所让生活更美好 李孜 蒋雨婷
- 118 他山之石：国外厕所怎么做 《中国旅游报》供稿

CONTENTS

TOURISM PLANNING & DESIGN NO.18

旅游规划与设计 18

旅游规划 + 景观建筑 + 景区管理
北京大学旅游研究与规划中心 主编 中国建筑工业出版社 出版

6 Tourist Toilet Revolution

8 Toilet Revolution for Tourism Development *by Li Jinzao*

14 Tourist Toilet Construction and Management in the First Half of 2015 *by the Comprehensive Coordination Department, China National Tourism Administration*

16 The Tourist Toilet Revolution: Current Situation and Reflections *by Gao Shunli, Xing Litao*

24 Toilet Culture and Industry Standards

26 The History and Culture of Toilet in China *by Mao Tianzhe*

34 Toilet as Attractions: Evolvement and Research *by Tang Jianxia, Wu Jianxing, Ma Ruofeng, He Ying*

46 National Standard: Classification and Evaluation of Tourist Toilets (Selected To Be Approved) *by China National Tourism Administration Industry Supervision and Management Department Standardization Division*

54 Design Inspirations of The First National Tourist Toilet Design Competition

56 Ecological Toilet Design for Tourism Scenic Spots in Cold Region: Design Concept and Technology *by Shi Chunlong*

62 Tourist Toilet Design by Shihua Jiangnan Design Company *by Xie Weiwei*

66 Tourist Toilet Design by a China-Germany Eco-park Team *by You Qi, Zhi Shuai*

70 Multi-adaptability of Tourist Toilet: Planning and Design Practice

72 The Upgrading and Enhancement of Tourist Toilet in Beijing *by Zhang Jinshan, Wang Wei*

78 The Design Inspiration of Scenic Tourist Toilet in Natural Reserve: The Case of Changbai Mountain Greenway *by Wang Wenjiao, Xu Xiaodong*

88 The Practice of New Style Scenic Tourist Toilet Design *by Sun Chen*

92 Tourist Toilet Revolution in Resorts: The Case of Dongqian Lake Tourist Area *by Su Shaomin*

98 Experiences and Good Practices

100 Planning and Design Principle of Friendly Public Toilet in Taiwan: A Case Study on Theme Park *by Wu Zhonghong, Zeng Weide*

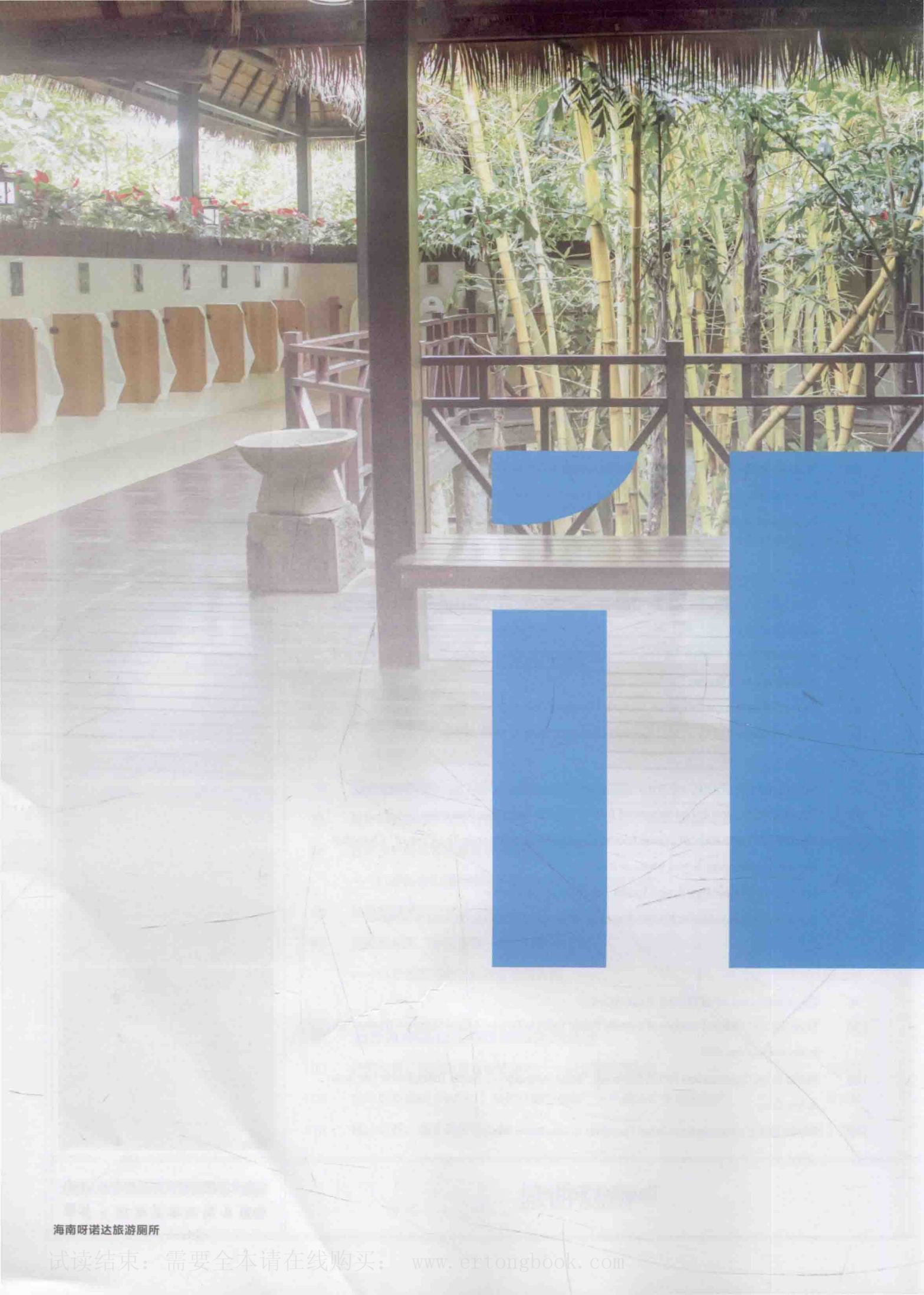
108 World Toilet Organization (WTO) Promotes "Toilet Innovation": Better Toilet, Better Life *by Li Zi, Jiang Yuting*

118 Tourist Toilet: Learning from Other Countries *by China Tourism News*



Tourist Toilet

北京大学旅游研究与规划中心 主编
中国建筑工业出版社 出版



海南呀诺达旅游厕所

试读结束：需要全本请在线购买：www.ertongbook.com



旅游厕所革命

Tourist Toilet Revolution

李金早 旅游要发展 厕所要革命

国家旅游局综合司 2015 年上半年旅游厕所建设管理行动

高舜礼 邢丽涛 旅游厕所革命开展态势及思考



旅游要发展 厕所要革命

Toilet Revolution for Tourism Development

文 / 李金早

【作者简介】

李金早 国家旅游局局长



图1 2015年2月26日“全国旅游厕所工作现场会”在桂林召开

2015年春节后上班第一天,国家旅游局在桂林召开全国旅游厕所建设和管理工作会(图1),在全国范围大力推进厕所建设和管理。这是全国旅游工作三年(2015~2017年)行动计划(即“515”战略)的一个重要部分。

1 为什么要进行厕所革命

习近平主席指出:“旅游是传播文明、交流文化、增进友谊的桥梁,是人民生活水平提高的一个重要指标。”而厕所是文明的重要窗口,是旅游过程中必不可少的基本要素,是一个国家和地区文明程度的重要体现。改革开放以来,我国创造了举世公认的经济高速增长奇迹,但是社会发展仍有许多短板。在我国旅游领域,厕所脏、乱、差、少、偏,是人民群众和广大游客反映最强烈的问题,是社会公共服务体系和旅游过程中的最薄弱环节。我们要从人民群众最关注的具体事情抓起,从广大游客反映最强烈的问题抓起。

之所以将这次旅游厕所建设和管理行动称为“厕所革命”,是因为这不是一个简单的项目,不是某个行业单独能够完成得了的任务。面对几千年来形成的歧视厕所、鄙视厕所、忽视厕所、厕所文化缺失及顽固的如厕陋习,面对中国旅游业快速发展中天文数字的厕所需求和巨大的厕所欠账,当然需要一场革命!需要我们从思想认识、文化观念、政策措施、体制机制等方面进行一系列广泛且深刻的变革!

1.1 吃饭是人生之本,如厕是人生之急

俗话说“人有三急”,其中“内



图2 李金早局长在“全国旅游厕所工作现场会”上发言

急”排在首位,可以说是急来如山崩,刻不容缓,许多人可能都遭遇过在公共场合腹中“十万火急”而苦于不能及时找到厕所的困态。在2015年全国旅游工作会议上,我们提出,在“吃、住、行、游、购、娱”旅游六要素基础上,概括出新的旅游六要素:“商、养、学、闲、情、奇”。现在看来,这两个“六要素”还不够。有必要增加“厕”和“文”,拓展为两个“七要素”,就是:“吃、厕、住、行、游、购、娱”,“文、商、养、学、闲、情、奇”。之所以增加“厕”要素,并放在“吃”的后面那么重要的位置,是因为如厕是吃饭之后最基础、最紧迫的原始需求,属于旅游的基本要素,而人们往往最不注意。将“文”作为一个旅游要素,并置于新“七要素”之首,是由于文化是旅游的灵魂,是旅游魅力之所在,旅游的各个环节都应具有文化内涵。如厕环节也应有健康的厕所文化。

1.2 厕所虽小,却是一个国家和民族给世人的第一印象,是文明的窗口

一个国家可以给人很多印象,但是最直接的第一印象,或者能够划入第一印象之列的,理应包括厕所。国家之文明,公民之素质,很大程度上由此体现。在许多发达国家,不管你走到哪里,厕所都是很干净的,这是一个国家文明的第一表现。厕所不仅为人们日常生活和旅游所必需,厕所建设和管理的好坏,还是一个城市和国家文明程度的标志,是生活水平质量和国民文明素养的标志,甚至是价值取向的一个标志。从这一角度看,“厕所革命”是一项国家文明工程。通过有效的厕所建设和管理,为游客创造优美环境,以环境温馨人,以环境影响人,以环境教化人。

1.3 厕所状况是一个国家综合品质、综合实力的体现

不敢想象,一个地方的GDP很

高,可是厕所脏乱差,人们对这个地方、这个城市、这个国家的评价会高?综合实力不是完全靠经济规模、靠高楼大厦、靠航空母舰等硬指标来评价的!所谓综合实力,既有物质的又有精神的,既有硬实力又有软实力。我国是一个拥有五千多年历史的文明国度。“仓廩实而知礼节,衣食足而知荣辱”。现在,我们的仓廩比以前实了,可是为何缺失应有的如厕礼节呢?我们的衣食比以前足了,可是为何没有相应的厕所荣辱观呢?这不得不令国人反思!厕所建设和管理的严重滞后,是我们与世界旅游强国之间的一项明显差距,也是与许多发达国家现代文明生活的一项重要差距。我们能够把人送到外太空,可是为什么直到今天还解决不了小小的厕所问题呢?

1.4 厕所是我国社会文明和公共服务体系的短板,也是我国旅游业最突出的薄弱环节,是横在我国旅游业发展车轮前的一道坎

有人说得好,一位游客不会因为某地的厕所好才去旅游,但是他(她)很可能会由于某地厕所令人恶心而不愿再去那里旅游。外国游客对中国旅游环境反应最强烈,印象最差,而又感到最无可奈何的问题就是厕所。一位侨居海外40多年,曾任飞行员的先生给我写信反映:

“2013年秋,三峡之游偶遇德国旅行团百余人,交谈之下他们对中国方方面面都赞不绝口,唯独最令人困扰的就是景区公厕问题。其中一个德国女士因为厕所没有干净的座厕直接尿裤子让我看到了,苦不堪言。”“由于欧美国人民的生活差异,他们从小习

惯了座厕,加之体型庞大,来到中国非常不习惯中国的蹲厕,虽然国内的名胜古迹数不胜数,但是这一个小小的厕所问题却让外国友人十分尴尬,面对中国的蹲厕,他们蹲下去起不来,腿脚发麻甚至摔倒,而且厕所卫生状况堪忧,让外国旅客无可奈何。我只有建议他们来中国上厕所务必带拐杖或者雨伞。”很多游客、特别是一些青年学生来到我国旅游,原本想要看看四大文明古国之一是怎么回事,可是一进厕所马上就逃出来,感到吃惊、恶心。来这里旅游不敢多吃不敢多喝,就是怕“方便”。如厕遇到的一幕一幕恐怖的景象让很多来华旅游的外国人终生难忘。在此情况之下,我国旅游产业怎能大发展?

许多地方不惜花大量人力、财力、物力去推介旅游景区景点,却不愿去扎扎实实地建设好厕所,管好厕所。殊不知,一个脏乱差的厕所可以瞬间毁掉你在旅游推介上所作的巨大努力,而且负面影响很难消除。在新形势下,我们的旅游业要发展,必须解决一系列公共服务欠缺问题,其中尤为重要、尤为基础的就是厕所问题。经过多年的努力,各地在厕所建设与管理方面虽然有了一定进展,但总体上,我国厕所的现状还是“脏、乱、差、少、偏”。

作为年接待游客超过37亿人次的旅游大国,厕所无论如何都不是一件小事。据测算,国内旅游一趟平均每人上8次厕所,所有游客每年在旅游厕所如厕次数超过270亿次,这真是个天文数字。要真正让广大游客游得放心、游得舒心、游得开心,在旅游过程中发现美、享受美、传播美,首先就要解决厕所问题。很

多经常旅游的人都曾遭遇过这样的尴尬:一路风光旖旎,突然内急,到处寻找厕所,一是很难找到厕所,二是克服千难万险,好不容易找到一个厕所,可是一走进去,立马进退两难,里面污秽不堪,气味更是难闻,但自己又急得难耐,只能硬着头皮进去,又急匆匆逃出,这时候,再好的美景也早已索然无味了。

厕所问题长期困扰着我们,几成无解之题。正因如此,我们才明确提出“旅游要发展,厕所要革命!”要从旅游厕所革命入手全面推进旅游公共服务体系建设,促进旅游发展和品质提升。要将旅游业培育成为真正让人民群众更加满意的现代服务业,真正建成世界旅游强国,就需要从厕所这类基础事情抓起。

1.5 厕所是游客的基本需求,更是政府必须履职的基本责任。我们将厕所建设、管理作为推进旅游公共服务建设的重点和突破口

与蓬勃发展的“吃、住、行、游、购、娱”六要素相比,由于传统观念局限和机制创新不足,以及商业投资和运营的内在动力缺乏,厕所这个最原始、最基础的要素依旧窘迫黯然。打个不一定十分恰当的比喻,现在沿途“讨饭”已经不见了,但沿途“讨厕”却很普遍。在厕所建设和管理中,各级政府及旅游主管部门应主动作为,将厕所建设、管理作为推动旅游公共服务体系建设的切入点和引爆点,让游客的旅游变得更温馨、更便利、更安全。

很有意思的是,世界上有3个国际组织的英文简称同为“WTO”。一个是世界贸易组织(World Trade

Organization),一个是世界旅游组织(World Tourism Organization),一个是世界厕所组织(World Toilet Organization),世界厕所组织还将每年的11月19日确定为“世界厕所日”。而旅游厕所,是三个WTO的一个很奇巧的结合部。一个看似小小的厕所,为何也能登世界大雅之堂,与世界贸易、文化、政治等重大领域一样拥有自己的国际组织,而且还设立“世界厕所日”呢?

这说明,厕所不是一个个人问题、地域问题,甚至不是一个国别问题,而是全世界、全人类的事情。正如世界厕所组织发起人所说:“厕所是人类文明的尺度。”厕所是全人类、全世界共同关注的民生需求,是精神需求与物质发展的结合体。厕所虽小,却是一种全世界通用的嗅觉语言和视觉语言,是文明沟通中最短的直线,厕所作为展现人类基本需求不断升级的一个窗口,体现着人类文明的进化历程。

这也说明,厕所被我们忽略得太久了,迫切需要引起国人重视,迫切需要引起全世界关注!迫切需要人们致力于全球性的厕所文化建设,倡导清洁、舒适、健康和文明如厕的先进厕所文化。

这还说明,厕所作为文明的窗口,作为一个国家和地区综合实力的标志,作为一个不可或缺的基本要素等认识逐渐深入人心,厕所好坏越来越事关国家形象和国民文明素质。可以说,一个国家厕所建设管理的水平,关乎它能否立足于世界民族之林,关乎它能否成为世界大家庭中的合格一员。缺乏厕所文明的国家,难以与世界亲密接触,难以进入世界文明之列,更何谈建设世界旅游强国



图3 李金早局长与国家旅游局其他领导人在桂林视察

的梦想?作为一个世界大国、文明古国和旅游大国,又是厕所严重短缺且管理滞后的国家之一,我们有什么理由不进行厕所革命呢?

2 如何进行厕所革命

2.1 观念变革

几千年来,我们的传统文化重“进口”不重“出口”,只谈美味佳肴,将厕所看作污秽之地而羞于启齿,厕所议题一直难登大雅之堂。推进厕所革命,迫切需要建立厕所是文明窗口的观念。厕所不应再作为脏乱差的代名词,不应再作为精神和物质的垃圾场,而应成为人们放松、愉悦、享受之地。庄子就说过“道在屎溺”(道之无所不在)。欧阳修称自己许多锦词丽句诞生于厕上(他在《归田录》中写道:“余平生所作文章,多在三上,乃马上、枕上、厕上也。”)我们要向全社会呼吁:要像重视餐厅一样重视厕所!要像打理客厅一样打理厕所!要像美化景点一样美化厕所!

2.2 政府主导

厕所是旅游公共服务设施,也是重要的地方基础设施,应明确地方政府为主体。着力推动地方政府将厕所纳入当地政府基础设施建设规划中,推动业主单位、主管部门和地方政府在厕所建设、管理中承担主体责任。旅游部门要加强对旅游厕所建设与管理的指导,配合规划、城管、交通、环保等部门发挥作用。旅游景区、宾馆饭店、旅游餐饮点、旅游购物场所由相关旅游企业负责建设和管理;旅游交通线路应由交通部门规划建设管理,旅游部门积极配合;旅游步行街区、旅游集散点等,由政府主导,采取以商养厕等办法推进;乡村旅游点由经营农户为主体建设管理,旅游部门强化指导。厕所建设、管理涉及部门多,需统筹协调,各级政府要坚持统筹规划、分步实施。新建、改扩建厕所数量要与接待游客规模成比例,要坚持科学规划、合理布局,新建、改造的要结合旅游厕所标准和利用实际,宜改则

改,宜建则建。到2017年底,全国旅游景区景点、旅游线路沿线、交通集散点、乡村旅游点、旅游餐馆、旅游娱乐场所、休闲步行区等的旅游厕所要达到优良标准,实现“数量充足、干净无味、免费使用、管理有效”的目标。各地旅游委、局要对现有旅游厕所分布、使用、管理情况进行详细调查,重点对本区域内旅游景区、旅游交通线路沿线、重要旅游集散地、重要乡村旅游点的厕所缺位情况进行摸底,拿出建设工作方案,做到布局合理、数量充足、合乎标准。

2.3 机制创新

厕所革命要取得成功,关键在于机制创新,要建立市场化、社会化的建设、管理机制。“三分建设、七分管理”。许多厕所建得很好,但管理跟不上,结果可想而知,还是“脏乱差”。厕所问题之难,难就难在厕所的建设者、管理者责任缺失,而对使用者又难以监督。要创新建设、管理机制,探索“以商养厕”之路。要把厕所作为新的发展机会、新的商机,让厕所建设、管护有商可经,有利可获。只有这样,持续管理和服务质量才有保障。在厕所建设与管理中引进市场化机制,推进以商养厕,因地制宜探索不同的建设、管理模式:一是景区景点内的厕所,要与景区内的经营服务项目结合;二是在街道等公共场所可将厕所与商铺、摊位挂钩,应让厕所管护者通过商铺、摊位赚钱;三是更大范围的城市厕所建设管理,可以采取公私合营模式。政府统筹规划布点,以相应的土地、资金、税收等配套措施来支持,引进专业化的厕所公

司进行品牌化、网格化、规模化连锁经营,推进旅游厕所建设与管理的市场化。“以商养厕”方式,还可以有更多创新。15年前桂林进行过“以商养厕”的探索。实践表明,实行“以商养厕”,需要发挥政府主导作用,做好规划统筹、用地支持,研究出台水电优惠、税收优惠等一系列有效的扶持措施,在保持厕所公益性导向的前提下,使得厕所建设者和管护者有商可经、有利可获。小小的厕所,其建设和管理涉及旅游、规划、工商、税务、建设、环保、市政、环卫等许多部门,涉及社会公众,需要按照“市场化、社会化”的理念,有效地整合和充分利用各种资源,多形式、多渠道解决厕所短缺和管理不善的问题。

2.4 技术革新

现代厕所,是新材料、新技术的集合体。一部厕所史,也是一部厕所技术变革史。1596年抽水马桶由英国人哈林顿发明,以后厕所开始逐渐推广,抽水马桶带来了第一次厕所革命,给全人类带来了福音,成为现代文明的一项重要标志。几十年来,我国的厕所经历了由露天到室内,旱式到水冲,由技术简单到复杂、综合的历程,技术上取得了很大进步。但与发达国家相比,我国厕所建设与管理的技术应用水平总体上仍然比较落后。要结合实际,积极采用新技术、新材料来建设厕所,用科技成果武装厕所,使厕所符合现代时尚、方便实用、节能环保、保护环境等要求,让厕所更经济、更环保、更便捷、更人性、更易维护、更耐用。在无上下水系统依

托的景区景点,应尽量选择能使污物自然化解,不造成环境污染的合适地点,加强自然通风措施,并采用“生态厕所”“沼气化粪”等先进技术,保持厕所整洁,内部干燥干净,无异味。有针对性地解决各地旅游厕所建设与管理中的难题,南方、北方的厕所,要因地制宜探索使用适合本地区特点的新技术、新材料,探索高原寒冷地区如何解决厕所的防冻问题,在缺水地区如何解决厕所的冲洗问题等。

2.5 务实推进

旅游厕所建设与管理行动工作量大,涉及面广,延续时间长,困难多,因此,我们要敢于担当,迎难而上,采取切实可行的措施。一是强调实用、便利,不搞不切实际的奢华之作,不搞那些华而不实的东西。我们不评高星级厕所,不搞花架子,不把大家引导到厕所建设追求面子工程上来。华而不实的面子工程是不能持续的。这不是老百姓所需要的,不是游客所需要的。要从游客的便利、温馨角度来要求,站在游客的角度来确定厕所的数量、位置布局及施工设计,坚持以游客为本,体现人性化。厕所要够用、实用,但不要贪大求洋、闲置浪费。旅游厕所的建设,要尽量做到与周围环境和谐,力求数量与质量、实用与美观的协调。二是坚持建管结合,管理持续。许多厕所无电、无水、无人管理,成了既不好看又不好用的“面子工程”,浪费了资源,浪费了人力、财力、物力。应重点解决只建不管、管理不善的问题。在厕所规划建设时,同步考虑厕所的运营问题、管理问题,要探索长效的管理机制体制,让厕所建了有人管,有人愿管,而且管