

中国旅游业改革开放40年回顾与展望系列丛书

大旅游·小思考

下

张广瑞

著

中国旅游出版社



中国旅游业改革开放30年回顾与展望系列丛书

大旅游·小思考

下

张广瑞
——
著

中国旅游出版社

项目策划：段向民
责任编辑：李志忠
责任印制：谢雨
封面设计：何杰

图书在版编目(CIP)数据

大旅游小思考. 下 / 张广瑞著. — 北京: 中国旅游出版社, 2018. 12

(中国旅游业改革开放40年回顾与展望系列丛书)

ISBN 978-7-5032-6167-1

I. ①大… II. ①张… III. ①旅游业—中国—文集
IV. ①F592-53

中国版本图书馆CIP数据核字(2018)第288606号

书名：大旅游小思考(下)

作者：张广瑞著

出版发行：中国旅游出版社

(北京建国门内大街甲9号 邮编：100005)

<http://www.cttp.net.cn> E-mail: cttp@mct.gov.cn

营销中心电话：010-85166503

排版：北京旅教文化传播有限公司

经销：全国各地新华书店

印刷：河北省三河市灵山芝兰印刷有限公司

版次：2018年12月第1版 2018年12月第1次印刷

开本：720毫米×970毫米 1/16

印张：24.75

字数：416千字

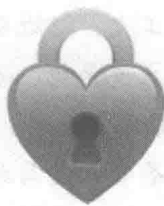
定价：59.80元

ISBN 978-7-5032-6167-1

版权所有 翻印必究

如发现质量问题，请直接与营销中心联系调换

自序



我的工作经历很简单，20世纪70年代初在一个地方政府的外事办公室工作，当过翻译、陪同和导游，因为那时的旅游属于外事办公室的职责范围。80年代初，一个偶然的机，通过全国考试进入中国社会科学院财贸经济研究所（现在的财经战略研究院的前身）专门从事旅游研究，直到2009年退休，从来没有换过单位，后继续做中国社会科学院旅游研究中心主任，致使真正退出江湖的时间推迟到2013年年底，从事旅游研究先后32年之久。

在中国社会科学院期间，最重要的工作是爬格子，而作为职称评定和晋级的成果是发表论文的数量，或许也包括质量。而论文则是正正经经的研究成果，每篇至少要在5000字以上，必须是在规定的学术刊物上发表的才算数。因此，染上了写长文的坏习惯。我本人最初的梦想是记者，喜欢短文，或一事一议的评论，或有感而发的杂文，终因常被当作不务正业而搁置。到后来，职称到顶，晋升无望，于是随心所欲写点短文的瘾又重新发作。这点兴趣被一些媒体朋友发现，不时地派点小活儿，竟半推半就地做了起来，却一开始而不可收。

在一个偶然的机，我意外发现我的一些评论被不少媒体转发，也常常被原国家旅游局的官网以及中国网、人民网、新华网等多种主流媒体以及国家或地方的专业媒体刊登。不过，也有的转发时会有意无意地漏掉了我的名字，也有人把我的文章收进了他们自己的博客中或贴在网站上，也常常为了节约版面，把我的名字也省略了。对于这些忽略我并不十分在意，也无心追究，这倒是让我认识到，这些东西还是有人愿意看的。这对我来说也是个激励。所以，这些年来，写长文的负担减轻了，写短文的兴趣更浓了。说实在的，写短文，尤其是写千字文，其实更不容易，总觉得好似开了个头就该收尾了。不过，我也想开了，即使你辛辛

苦苦地多写了几千字，等到编辑手里还要多删几块儿，干吗给人家找这个麻烦呢。

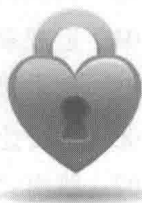
闲下来，抽了点工夫，把近些年来写的短文凑了凑，还真不少，于是又冒出了个做本书的念头，主要是想，万一那些散落在各种网上的文章再被人阅读时找不着主，会给读者增添些许麻烦。

尽管只是短文，尽管只是与旅游直接相关的，最近短短5年的时间，算下来也有上百篇，计40多万字，如果加上我自20世纪80年代初进入中国社会科学院以来的评论足可以上百万字，更何况我早在到社科院之前，在《中国旅游报》的前身《旅游通讯》创刊后就开始是个通讯员了。只可惜，在没有电子版的年代，有些稿件虽然还有纸质版在，弄起来却也太辛苦了。在遴选文章时，主要是挑选已经发表过的或在本人搜狐博客上发布的评论，自认为还有些价值的东西，字数尽量保持在3000字以下，不对原文再做更改，只做一些简单的技术处理，以便读者阅读时参考。回想起来，觉得自己写的东西还有些道理，至少可以作为中国旅游发展过程见证者保存的一些历史资料，有利于后来人浏览阅读。对与不对，这是历史的产物；当与不当，只好待后人评说。

感谢中国旅游出版社为出版此书给予的大力支持，为了便于读者阅读，特意将原来按年代顺序的文章改为独立篇章。在此，对本书的策划、设计和编辑们为本书付出的辛劳表示衷心的感谢。

目 录

CONTENTS



第一章 关于旅游设施的思考 / 001

- 01 从城市观光车说起 / 003
- 02 北京地铁5号线的开通给我们带来的启示 / 004
- 03 旅游与厕所 / 006
- 04 “以人为本”设立旅游信息中心 / 008
- 05 有感于候机楼里的电源插口 / 009
- 06 旅游假日信息预报系统 / 011
- 07 漫话旅游信息中心 / 012
- 08 关于在主要旅游城市尽快开始旅游信息中心的建议 / 017
- 09 首都的机场大巴依然稍逊风骚 / 018
- 10 如何打赢“旅游厕所革命攻坚战” / 021
- 11 路权：多给徒步者一点儿 / 023
- 12 公共旅游服务设施，北京不能止于铛铛车 / 025
- 13 官府门前的风景线 / 028
- 14 高铁与旅游 / 030
- 15 低叹“低碳” / 032

第二章 关于旅游管理与经营的思考 / 035

- 01 京港列车的经营亟待改善 / 037
- 02 高价门票的忧虑 / 040
- 03 其实就是多画上几条线 / 041
- 04 近观泰国旅游 / 043
- 05 探求保护利用双赢 / 047
- 06 不要让门票把游客拒之门外 / 049
- 07 跳出“六小件”的误区 / 050
- 08 搞旅游要学会抓机遇巧做文章 / 053
- 09 从黄山屯溪老街旅游商品的经营说起 / 054
- 10 韶山旅游业的管理亟待加强 / 057
- 11 旅游业行业管理的新思路：改“定点制”为“推荐制” / 060
- 12 旅游点门票内外宾双轨价格应尽早并轨 / 063
- 13 一则别具匠心告示 / 064
- 14 旅游可持续发展需要精心设计和良好管理 / 066
- 15 不良的信号 及时的举措 / 068
- 16 尴尬的选择 有益的启示 / 070
- 17 莫让蹩脚翻译毁了景区品位 / 072
- 18 要让数字说真话，说有用的话 / 075
- 19 关于饭店品牌的思考 / 077
- 20 从白宫闭门谢客缘由说起 / 079
- 21 专职、专业与志愿者 / 080
- 22 直面价格透明 / 082
- 23 收钱与免费的纠结 / 083
- 24 导游“统一着装”缘何引争议 / 085
- 25 从“天价客房”到“离谱海鲜”的启示 / 087
- 26 “潜规则”与“显规则” / 088
- 27 免费旅游妙在一箭多雕 / 089
- 28 咏叹“六小件”的存与留 / 091
- 29 “世博会”：舞台与窗口 / 093

30 门票涨价要根治 / 094

第三章 关于旅游市场营销的思考 / 097

01 顺手牵羊与请君带走 / 099

02 设立“中国旅游日”的目的在于提高对旅游本质的认识 / 101

03 借光《闯关东》 / 102

04 有感于泡菜缸摆进国际机场 / 103

05 建议给连方瑀和张艺谋颁发“旅游奖” / 105

06 这也是一种促销 / 106

07 合时的忠告：网上销售时机尚未到来 / 108

08 旅游的宣传品不要板起面孔 / 109

09 中国的航空公司何不大方一点 / 110

10 “韩流”的启示 / 112

11 关于利用韩、日两国举办足球世界杯的机会加大旅游促销的建议 / 113

12 93%与1%的启示 / 115

13 假戏真唱，锦上添花 / 116

14 大题小做，意味深长 / 121

15 “国际瑜伽日”的启示 / 123

16 为“新加坡为小贩美食设奖”点赞 / 125

17 为《白话广州》叫好 / 127

18 “空气末日”的警告 / 129

19 “泡菜”变“辛奇”所想到的 / 131

20 “香川变乌冬”不可盲目效仿 / 133

21 做旅游宣传要巧妙利用政府资源 / 134

22 让旅游节庆活动更具生命力 / 135

23 旅游形象宣传重在创意 / 137

24 形象是不能用钱买来的 / 138

25 好的品牌不是自己说出来的 / 139

第四章 关于旅游服务的思考 / 141

- 01 “老佛爷”怎敢如此大胆 / 143
- 02 关于飞机乘客受气的报道想到的 / 144
- 03 洛杉矶机场的“游客援助”服务台 / 146
- 04 于细微处见精神 / 147
- 05 令人不悦的“谢谢”声 / 149
- 06 旅行社：请尊重旅游者的权益 / 150
- 07 别忘了把自己的名字写上 / 152
- 08 从洋文的使用想到的 / 153
- 09 “以人为本”要落到实处 / 155
- 10 导游服务质量的提高要靠社会监督 / 156
- 11 功夫就在这一点上 / 158
- 12 冰可乐加冰块与热可乐放姜片的启示 / 159
- 13 从梳子、牙刷及其他消耗品所想到的 / 160
- 14 请为那些“蹭着听的人”想一想 / 161
- 15 从用餐巾纸擦杯盘想到的 / 163
- 16 导游的“工匠精神”：匠心与匠艺并重 / 164
- 17 从饭店客房中的茶想到的 / 167
- 18 我为导游说句话 / 169
- 19 高星级饭店Wi-Fi收费评说 / 171
- 20 饭店服务要关注细节 / 173
- 21 大堂接待服务的回归 / 174
- 22 一个令人笑不出来的故事 / 175

第五章 关于旅游规划与开发的思考 / 177

- 01 奥运会：是终点，更是起点 / 179
- 02 奥运会是旅游业新起点 / 181
- 03 奥运会留下的有遗产，也有挑战 / 182
- 04 品“焦作现象” / 184
- 05 关于“焦作旅游服务品牌评估报告会”的一点感想 / 186

- 06 “事后诸葛”的遐想 / 188
- 07 谁信叶公真好龙? / 190
- 08 机场的延伸 / 193
- 09 荆条桥与出租鞋 / 194
- 10 饭店起名有学问 / 195
- 11 民族村应当在文化品位上下功夫 / 197
- 12 正视困难,寻求突破 / 198
- 13 不要为开发而开发 / 208
- 14 建牌楼之风应当刹刹了 / 210
- 15 从“布娃娃”到釉下青花茶杯 / 211
- 16 小镇打造热潮的忧虑 / 212
- 17 “叫板”之后,人们等着看大戏 / 215
- 18 景区开发与换位思考 / 219
- 19 从复制“大黄鸭”看旅游产品开发 / 221
- 20 遗产保护与利用何时不再纠结 / 223
- 21 异曲同工的创意 / 225
- 22 旅游房地产的路如何走 / 226

第六章 关于旅游纠纷与危机的思考 / 229

- 01 面对“非典”的思考 / 231
- 02 冷静、理性与成熟 / 234
- 03 旅游业灾害应对日显成熟 / 236
- 04 有病者吃药,无病者预防 / 238
- 05 强震再次考验旅游界应对灾害的能力 / 240
- 06 应对MERS需要的是慎重和责任 / 243
- 07 旅游维权要平和一些 / 245
- 08 突发事件快速应对应成常规程序 / 247
- 09 应对埃博拉重在提高防范意识 / 249
- 10 须重视邮轮旅游危机管理 / 251
- 11 美国政府“停摆”考验中国旅游经营商 / 252

- 12 “兴师问罪”应当缓行 / 254

第七章 关于旅游安全的思考 / 257

- 01 旅游需要安全 / 259
- 02 旅游业还能承受多少“9·11” / 260
- 03 要增强自我保护意识 / 262
- 04 登革热与安全预警系统 / 263
- 05 追求安全永无止境 / 264
- 06 “黑色旅游”别说走就走 / 266
- 07 针对旅游者的恐怖行为必须受到谴责 / 269
- 08 关于旅行安全的反思 / 270
- 09 普吉游船倾覆事故的警示 / 272
- 10 埃及又闻爆炸声 / 274
- 11 泰坦尼克号的启示 / 275

第八章 关于出入境旅游的思考 / 279

- 01 出境旅游经营的开放需要多一点自信 / 281
- 02 旅行美国——要有足够的耐心应对安全检查 / 283
- 03 值得充分注意的战略建议 / 285
- 04 出境旅游：辉煌背后的担忧 / 287
- 05 国人不必过分懊恼 / 292
- 06 怀抱辞典破译“迷宫” / 294
- 07 空姐，您的英语怎么那么难懂？ / 295
- 08 发展国际旅游要舍得花钱促销 / 297
- 09 有序发展出境旅游 / 299
- 10 2017年：入出境旅游面临严重的挑战 / 301
- 11 一场“悲喜剧”过后 / 304
- 12 由海外“中国年热”想到的 / 307
- 13 意料之外与情理之中 / 309
- 14 为理性的回归鼓掌 / 310

- 15 印度旅游市场潜力不可忽视 / 311
- 16 对过境免签政策效应要有信心 / 314
- 17 入境游要从细致的市场调查做起 / 317
- 18 关于创“历史纪录”的思考 / 319
- 19 这一天何以成为“美国旅游的吉日” / 320
- 20 外面的世界不只是精彩 / 321
- 21 对外开放的重点与方式将有大的变化 / 324
- 22 放宽签证政策促进旅行便利化 / 327
- 23 入乡随俗是旅游者的基本行为规范 / 329
- 24 走出去,准备好了吗? / 330
- 25 进一步对外开放大幕已拉开,好戏在后头 / 332
- 26 应对境外奢侈消费,不可操之过急 / 334
- 27 我们需要什么样的“国际化”? / 336
- 28 “崇洋”未必真无理,莫待“亡羊”才“补牢” / 338
- 29 关于公民境外高消费的评说 / 339
- 30 关于我国入境旅游营销的几个误区 / 342

第九章 关于旅游文明及行为的思考 / 345

- 01 瓶装水和装水瓶 / 347
- 02 “自责”比“谴责”更重要 / 348
- 03 让可持续旅游理念成为自觉的行动 / 350
- 04 久违了的标语 / 353
- 05 谁应当气愤 / 354
- 06 给涂鸦者宣泄的出口 / 355
- 07 勇气与责任 / 357
- 08 微笑面对路人 / 358
- 09 关于文明出游的再认识 / 359
- 10 有感于美国人的自责 / 361

第十章 关于旅游消费及体验的思考 / 365

- 01 国货：喜悦与悲哀 / 367
- 02 参观北京正阳门博物馆的感悟 / 368
- 03 交钱、扔钱与捐钱 / 370
- 04 有感于大连街头上的时钟 / 371
- 05 悟道“观光”与“旅游” / 373
- 06 做逆境中的智者 / 374
- 07 从“美食旅游”到“食品旅游”的思考 / 375
- 08 从伦敦市长体验北京地铁想到的 / 377
- 09 集中读报：工作与休闲共生 收获与享受得兼 / 379
- 10 旅游购物：不是旅游发展中的末节 / 381
- 11 “七星级酒店”何以如此时髦 / 383



第一章

关于旅游设施的思考

01 从城市观光车说起

中国人企盼百年的奥运会在一年以前就落下了帷幕，赢得了一个“无与伦比”的赞誉，这是北京人的骄傲，是中国人的骄傲。但是，奥运会留给北京的绝非仅仅是这个赞美的评价，中国人举办这场奥运会也绝非是为了获得一个赞美。奥运会的举办，不仅改善了城市的基础设施和公共服务设施，增添了地标性的建筑物，还留下了许许多多有形和无形的文化遗产。实践证明，在准备和举办像奥运会这样超大型的国际盛事所引发的一些理念和观念上的变革，管理与服务方式上的创新，必将成为这个城市服务与管理上一个里程碑式的新起点。应当说，北京是这场奥运会最大的受益者。清新的蓝天，大片的绿地，志愿者的笑脸，宽敞明亮的公共汽车和四通八达的地铁新线路，奥运纪念品的专营……都成为那场无与伦比奥运会的产物。

然而，我们也注意到，在城市公共服务设施上一些很好的创意，被百姓称道的一些做法，仅仅被当作了权宜之计。奥运会结束了，对这些事情的关注淡漠了，如果不是销声匿迹，也不可避免地陷入了某种尴尬。比如观光车，北京的观光车我没有坐过，但北京观光车的事是我多年来一直关注的，并在不同的场合非常卖力气地鼓吹和呼吁过建设和完善这一公共旅游服务设施。20世纪90年代，北京曾经下决心做这件事，很遗憾，时间不长就夭折了，观光车停运了，挺漂亮的车站牌子拆掉了。这一服务方式在奥运会前又设立了，现在看来，很可能再遭厄运。在北京公共观光线惨淡经营的原因中，有一个更重要的原因应当提及，那就是北京市政府有关部门并没有真正认识到开设城市公共观光车的意义。对一个国际旅游大都市来说，城市观光车是城市基本旅游公共服务设施，从一定意义上讲，应当和公共汽车、公共厕所、公共电话亭等具有同等重要性。如果说早期的城市观光车更多的是考虑满足外国和外地旅游者需求的话，在今天，随着城市居民本身旅游、休闲需求的增加，其服务对象更加宽泛了。在旅游和休闲活动上，外来旅游者与当地居民的界限开始模糊了。城市观光车是一个城市现代化的象征，一个以人为本的体现，也是一个旅游城市的标志。因此，它的设立与运营需要这个城

市政府的关注。这不是可做可不做的事，而是必须做而且要努力做好的事。

记得一年以前，我曾写过一篇名为《奥运会留下的有遗产，也有挑战》的短文。文中提及，奥运会给我们留下了非凡的遗产，它还给我们留下了巨大的挑战。奥运会期间，城市中良好的状态保持一段时间或许还算容易，通过各方的努力可以做到；然而，使这一良好的状态长期保持下去，成为常态，那自然就比较困难，还要付出更大的努力。时逢纪念北京奥运会成功举办一周年之际，在总结我们取得和巩固成绩的时候，确实有必要审视一下还存在着哪些认识和工作上的不足，及时加以调整和改进。这样做的意义可能更大。与其说成功举办奥运会是个终点，倒不如说，它更是一个新的起点，这应当是举全国之力办好这场奥运会更深远的意义所在。

《旅游研究与信息》2009年第5期/《旅游·客车》杂志2010年5月1日

02 北京地铁5号线的开通给我们带来的启示

十一长假前后，北京人碰上了几件高兴的事，其中有两件事与他们日常生活直接相关：一是北京地铁实行统一票价，令大家意想不到的，这次调价不是涨，而是降，而且降价幅度还很大；二是盼望已久的地铁5号线开始运行，在原来围绕内城的2号线、横贯东西的1号线的基础上，又出现了一条连接南北的新线。这两件事，简直成了北京人长假期间的热门话题，而购买第一张5号线地铁纪念票作藏品，抢先亲自感受一下这条现代化地铁线，成为不少北京人的一件乐事。

转眼十多天过去了，现在人们明显地感觉到这两件大事的效应。乘地上公共汽车上班的人感觉到车上的拥挤情况有了缓解，错过早晚的上班高峰期，车上经常会出现空座位，比以前舒服点了；5号线沿线的停车场平时停车的数量增加了，尤其是天通苑等离市区较远的社区居民到城里上班开车的少了；与此同时，长期在城北活动的出租汽车司机抱怨，这些天生意不如以前好做了，忽然间打车的人少多了。当然，平时坐地铁的上班族则说，地铁上的人可真变多了，好像全天都是高峰期。

当然，这些变化虽然有一定的特殊性或暂时性，一些图新奇的人坐地铁是凑