

“人情味”旅游 暖心体验中提振经济

李科

最近一段时间，淄博烧烤火遍全网。“五一”期间，淄博市酒店预订量较2019年同期增长超10倍，出现“一房难求”盛况，知名烧烤店铺排队至少3小时。不过，这些丝毫没能阻挡游客们“进淄赶烤”的热情。

“进淄赶烤”大潮背后，美食固然是吸引游客的关键，但想必人们奔赴那里想体验的绝不仅是烧烤，还有那里一家家普通的店铺、一条条平凡的街巷，以及热情与诚信所凝聚的城市温度。在今天快节奏的生活中，充满“人情味”的城市，其吸引力不可小觑。

“人情味”源自周到的服务。开建全新万人“烤场”、开设进淄“赶烤专列”、开通市内烧烤公交专线、开放全市200多家党政机关事业单位免费停车场……面对不断释放的文旅消费需求，当地政府有关部门先行一步，未雨绸缪，敏锐把握潜在

需求与消费动向并及时跟进。一只手托起服务、一只手压实监管，食品安全、价格监管、社会治安、消费维权等消费者关心的内容都早已列在了政府的治理清单中。如此治理理念及周到服务，护航淄博旅游市场发展，让游客更安心。

“人情味”源自诚信友善经营。在外游玩手机耗电多，老板在门外挂起免费充电的牌子；酒店预订爆满，出租车司机邀请客人去家中居住；特色小吃味道好，店主主动加客人微信告知配方，欢迎回家尝试；寻亲家庭去淄博宣传，摊主把他们请到摊位前，承诺为帮忙转发者赠送小吃。

到淄博消费，除了放心品质和实惠价格，商家暖心的举动令更多人心生向往。

“人情味”源自这座城市的人文温度。面对涌入的旅游客流，当地市民用自己的实际行动为这座城市写下热情好客的注脚。许多人自发捡拾道路垃圾，开车免费接送游客、去烧烤摊义务帮忙。外地车停在路边，市民会放上伴手礼；排队等候时间长，店主主动给游客发放小吃垫肚子。

“烧出对烟火气的向往，烤出对八方客的态度。”小小的烧烤承载的是政府、服务业从业者、普通市民共同打造旅游品牌的巨大付出。淄博的成功为许多意在大力发展旅游服务业的中小城市提供了参考样本，打造一个人人向往的旅游品牌，既不需要高深的制度设计，也不需要先进的技术手段，需要的是政府在监管和服务上用力，从业者在真诚和质量上用心，普通市民在理解和参与上用情，这份政通人

和、团结一心，就是一座城市发展旅游业的最大法宝、最强动力。随着社会的快速发展，大家逐渐习惯了忙碌的工作生活状态，但内心却始终向往着简单淳朴的热情与真诚，当有一个地方可以带给你久违的温暖时，烧烤已不只是烧烤。

一业兴，百业旺。淄博旅游的火爆，也让更多本地人增加了对城市发展的信心。今年一季度淄博的经济增势也如同烧烤一般火热，根据淄博市财政局发布的数据，1—3月份，淄博全市一般公共预算收入完成110.92亿元，同比增长4.24%，增幅列全省第3位（比上月提升7个百分点）。其中，3月份当月，3个主体税种收入完成21.65亿元，增长达259%。

在加快构建新发展格局的背景下，淄博烧烤带来的连锁反应，证明了我们拥有强大的经济内生动力，也为中小城市寻求发展新突破提供了良好的经验启示。

互换式旅游兴起 保障安全不能全凭“信任”

寻彧

据媒体报道，在刚刚过去的“五一”假期，不少人面对暴涨数倍的酒店费用望而兴叹。这种情况下，一种“零成本”住宿的旅游形式在网络上悄然传播开来——交换式旅游，即两个陌生人互相前往对方所在城市旅游，免费入住对方家里，省去住宿费用。这种旅游形式并不是新生事物，其发端于在国外，一般包含两种方法：一是约定日期同时交换，另一种是错开时间交换。交换式旅游实质是一种互助模式，其好处是显而易见的：首先，双方都省去了一笔住宿费用；其次，彼此还能给出旅游规划，推荐当地特色、避免踩坑；一些年轻人还借此广交朋友，结识同好。现实中，有一部分网友已经开始了实践，有两地大学生互换宿舍的，还有家庭因交换住宿而结缘。

不过，此类模式虽已发展多年，却始终限于小众范围，对不少人来说这种交换还是过于大胆。相关投票结果显示，约有62%的人认为交换式旅游“不靠谱”，仅30%的人认为“可以试试”。毕竟，任由陌生人进入私密的家庭空间，安全是首要的考量因素。交换对象大多是从网上“海选”，仅凭短暂交流和有限的信息，能否筛选出靠谱的交换者更像是“开盲盒”。互

换规则大多也是双方自行约定，能否履行全靠自觉。如何确认对方身份？如何防止财物盗窃、损毁？交换双方如何确保自身的人身安全？这些问题都暴露了交换式旅游存在的安全风险。

同时，一些住宿中的细节也让这种由“信任”建立起的关系变得无比脆弱。比如一方住宅高档、精心布置，一方却以“照骗”示人，实则住宿环境堪忧，难免让人不

平；或是双方对住宿后是否自觉打扫以及清洁程度的标准不同，很可能引发不悦甚至是纠纷。

此外，在交换式旅行走红后，有人将自家空置房间明码标价挂在网上出租，称床单、被套“一客一换”，这显然已经偏离了交换式旅游互助的本质，而发展成了“民宿”。作为民宿相比，这种交易脱离了监管平台，经营者不但缺乏相关执照，卫生条件、定价高低也都是自行衡量，一旦遇到违约退款、物品损毁等，双方很容易陷入扯皮。

基于种种问题，交换式旅游在一段时间内不太可能成为旅游市场的主流模式。不过，其成本低廉、个性时尚、结交朋友的特点仍吸引了一部分年轻人和背包客。作为个性化的出游选择应当尊重。交换者自身应当提高警惕，监管也要同步跟进。

为了维护好自身权益，有律师建议双

方入住前签订协议，了解对方基本情况、是否有违法犯罪经历、房产信息等，并明确双方权利义务，对涉及隐私的部分进行约定。白纸黑字的协议具有法律效力，显然比基于“信任”的约定能给双方更多约束和保障，对于交换式旅游的参与者来说，尽可能通过确定的协议将互换本身的不确定性降低，是开启一段旅行的基础。

对相关部门而言，是否针对某一市场建立系统规范要视市场规模而定，互换旅游的市场相对小众，当前或没有达到建立行业标准的门槛，但这并不意味着就可以放松监管。比如一些换房旅游平台，收集用户信息且极易泄露，发现问题就当起“甩手掌柜”，它们大多没有备案、登记及批准，缺乏合法性，对此应当及时介入调查；对于打着互换名义变相经营“民宿”的行为，也要进行查处、规范。如此，才能尽可能减少互换式旅游的市场乱象，让体验者乘兴而来，尽兴而归。

让“诗和远方”的故事更精彩

周南

春暖花开，我国旅游市场快速升温，人们出游意愿高涨。近段时间，不少地方以旅客需求为导向，纷纷推出文化旅游、赏花旅游等“定制化”旅游专列，为游客出行提供更多选择。“熊猫专列”“油菜花专列”“牡丹专列”等特色线路，广受游客欢迎，让流动的中国更加充满活力。

乘坐“探秘古蜀”旅游专列，深度畅游九寨沟、三星堆博物馆、都江堰等景点；搭乘陕西“油菜花”定制服务旅游专列，在秦巴腹地欣赏“人在花中走，犹如画中游”的烂漫风景……一趟趟旅游专列北上南下、东进西行，彰显旅游市场的澎湃活力。

旅游要发展，服务是关键。今年初，电视剧《去有风的地方》热播，带动大理旅游再度火爆，“有风专列”应运而生；随着露营热度升高，不久前，黑龙江文旅部门将自驾、露营和登山等元素集合在一

起，举办了首届自驾登山节。这种紧跟市场热点的能力，正是各地服务意识和水平不断提升的体现。与自由行相比，旅游专列具有定时、定点、定线等特点，还随车提供医疗等服务，让出行既舒心又放心。此外，一些专列还举行特色表演、文化交流等活动，让游客“在路上”就能拥有“沉浸式”的文化之旅。用心服务，温暖了旅途，也照亮了旅游产业的前景。

当下，旅游市场强劲复苏。抢抓机遇，持续提升市场的热度，关键还在于优

化旅游消费环境。只有从食、住、行等多方面为游客提供优质服务，才能让更多游客愿意来、留得住。比如，泼水节期间，云南西双版纳傣族自治州不仅推出博物馆展、龙舟比赛、泼水节主题音乐演唱会等活动，丰富人们的游览体验，还在各大会场、火车站、机场等地安排志愿者，解答游客疑问，为特殊人群提供帮助；“五一”假期，北京八达岭长城景区提前开园、常态化开放夜长城，为游客带来更多新体验；上海推出打卡点配置充电宝、轨道交通延时收班等服务，为游客提供便利……快速精准对接游客需求，用心做好服务保障，让游客感受到服务的精度和温度，才能不断提升旅游市场的热度。

今天，中国消费者的眼界越来越开阔，旅游消费需求也在不断升级。从跟团

游到自驾游、定制游，从看风景到重体验，从传统热门目的地到新晋网红打卡地，日益增长的旅游新期待，呼唤旅游产业提质增效。比如，不少游客在欣赏原生态风景时，也希望有便利的交通、整洁的公厕。适应文旅消费新需求、紧跟新趋势，完善配套、提升服务，让游客体验到优质服务的新意，也感受到优质服务的心意，文旅产业必将更具活力。

火热的文旅市场，一头连着“诗和远方”，一头连着消费、就业与民生。推动文旅产业更好发展，全面激活文旅消费潜力，具有重要意义。前进道路上，进一步深耕细作、优化服务、创新供给，切实推动文旅产业提质增效，才能不断满足人民美好生活新期待，让“诗和远方”的故事更精彩。

“搭子文化”是对社交需求的诚实表达

任冠青

“饭搭子离职了，比失恋还痛苦”“今晚去单车课，七点不见不散”“周末想去探店，求咖啡搭子”……最近，寻搭子成为不少年轻人的社交新方式。所谓的“搭子文化”，是指把生活中的种种需求、爱好打包分配给不同的对象，主打一个精准、高效，比如“旅游搭子”“脱口秀搭子”“演唱会搭子”等等。就交往程度而言，“搭子”属于弱关系和轻社交，是“高于同学（同事），朋友未满”的状态。“搭子”之间可以在某些场景下维持特定的关系，既能为彼此提供必要的支持，又不会产生太大的心理负担。

“搭子文化”之所以流行，是因为它形成了对传统固定关系的补充。一般来说，亲情、爱情、友情是人类情感的三大支柱，人们在这些关系中获取情绪价值，感受爱、支持与包容。只是，在现代都市社会中，这些强关系力量的表达，往往会受到不少客观条件的限制。特别是对在大城市打拼的年轻人而言，父母更多是止于来自远方的关怀，朋友间见面动不动要“跨越大半个城市”，而爱情更是可遇不可求的事。很多时候，年轻人就难免会有落单

的时刻，需要独自去做一些事。

可是，人毕竟是社会型动物，需要在社交中汲取能量、对抗孤独。这时候，“搭子”所自带的便利性和清爽感便体现出来了；发现附近有共同兴趣爱好好的同伴，大家聚在一起，无压力地展开活动。就像是一两个人组不起“飞盘局”一样，比起独自行动，伙伴的聚集往往可以获得加倍的快乐。而且，每个人都有不同的面向，在与“饭搭子”“电影搭子”“旅游搭子”交往的过程中，年轻人其实是在打破固化的社交

圈子，以更加开放的心态拓展自己的社交半径。

对于这种轻社交方式，有人也表示担忧：这样过度强调功能、停留于浅表层面的“快餐式社交”，是不是意味着社交情感的降级？对此，笔者倒觉得不必过于担心。首先，拥有良好的亲密关系与生活中有无数个“搭子”并不矛盾。比起时时刻刻陪伴、朋友腻在一起，深深浅浅、参差多态的社交网络反而能让人保持开放性，看到更大的世界。

“搭子文化”的妙处还在于，它恰恰是以承认双方交往尚浅为基础的，大家不必尴尬地彼此“装熟”，同时也在为深入交流、成为密友知己创造可能。事实上，现代社会之所以会出现陌生化、原子化的问题，与人们有时“边界感”太清晰无关。打开微信，每个人都有不少躺在朋友圈里的“僵尸好友”，也许是此前共同参加活动中有过一面之缘，也许是多年前的同学

或同事，也许就是因工作原因添加的合作伙伴。由于长期缺乏交流、找不到共同话题，很多时候便成了“点赞之交”，直至渐行渐远。

从这个角度来说，年轻人在社交媒体上主动寻找各类“搭子”，未尝不是“打捞”潜在社交对象、寻回“消失附近”的积极尝试。或许一条简短的“寻搭子”内容，会让与自己意外发现志同道合的小伙伴，找到与多年未见的同学重建联系的契机。大家一起吃个饭，看个话剧，聊聊彼此的近况，反而有利于打破隔阂、建立新的联结。而每增加一个联结，我们就会增加一个感知世界、感知附近的“触角”。

所以，与其说“搭子”是亲密关系的“平替”，不如说它是对固定关系的有益补充，是年轻人尊重内心真实感受、保持开放社交心态的表现。当社交关系质量越来越高、越来越多元和丰富，我们的幸福感和归属感也会随之提升。

“五一”假期，上海街头巷尾的一家家特色小店吸引了众多游客和市民的目光。据报道，今年一季度，上海新开的特色小店数量已超过3万家。无论是区区10平方米的魔术俱乐部、地下三层的攀岩馆，还是研发茶拿铁和茶啤酒的茶吧，这些小店以精准的受众定位、细分的消费场景、创意百出的消费业态，吸引了不同年龄、喜好及需求的消费者，满足了他们对于品质、体验、个性等多元化的需求。

这些各美其美的小店，不仅彰显独特风格和鲜明个性，还悄然孵化和营造出新的消费业态和文化空间。它们中，有的是传统业态的高阶版本，有的是新奇有趣的创意尝试，有的是跨界融合的多元集成，共同为消费市场注入创新活力。优雅精致又不失人间烟火气息的小店小铺，成为这座国际大都市绵长的“乡愁”。

小店经济的兴起，离不开当地政府的一系列政策支持。2019年4月，上海市商务委等八部门联合发布《关于本市支持海派特色小店发展的若干意见》，推出了允许“外摆位”试点、鼓励举办街区集市、规范调整房屋使用性质等十条措施。这套组合拳，让特色小店得以不断拓展生存空间、发展机会，释放更多便民利好，同时激发了创业创新活力。同时，上海市还加强了对特色小店的培育和推广，通过举办“上海逛马路节”等活动，让“无小店，不上海”理念深入人心，一大批具有代表性和影响力的特色小店品牌脱颖而出，成为“上海购物”品牌的生力军。

海纳百川，追求卓越，大气谦和，开明睿智，不仅是上海城市精神，而且已濡染滋润人伦日常，成为小店业态看不见的内驱力。正如一位茶馆主理人所说，“上海的包容，给了我们更多的信心去做一些创新，实现一些想法”。包容开放的城市精神与社会治理理念下，有志者快速适应新时代的消费需求和变化，勇于打破固有的思维定式和行业壁垒，用才情和智慧打造出一个个特色小店，为城市魅力和蓬勃生机写下生动注脚。

小店发展，同样离不开社会的认同和参与，更离不开民众的观念更新。当下的语境中，小店早已不是“低端”“脏乱差”“违规经营”的代名词。当城市治理者、普通市民、广大游客不断增进对其价值理念和文化内涵的理解和认同，更友好的社会氛围和消费习惯也将营造而出。而当小店多起来、亮起来、活起来，城市发展和经济社会生活也将显现更多亮色。

当前，消费的牵引作用日益显著，消费需求日益多样化、个性化，上海小店以其灵活多变、差异化、高附加值等特点，为消费者提供了更多选择和可能，为消费市场增加新动能和新亮点。在上海，以空间融合为载体、产业融合为核心、服务融合为基础、交流融合为特色的文旅融合新态势和新特点已逐步形成。如何更好挖掘公共文化空间，实现优质供给与社会效益的统一，推动商业、旅游、文化融合发展，上海的探索无疑是值得剖析的鲜活案例。

小店以小见大，不仅能成为消费市场的一道独特风景，也将参与城市精神与气质的塑造，对于提升城市文化软实力、增进人民群众幸福感和获得感，都有切实的影响。期待小店在更多地域演绎出别样精彩，为消费者带来更多的惊喜和可能，为城镇的建设和发展增添更多活力和色彩。

绿地共享还需共护

年巍

“人家的草坪能踩，咱们的草坪为何只能‘干看着’？”每到踏青时节，类似的疑问总会出现在网上。

观赏性和实用性如何取舍？以后这种“纠结”或许会少点儿了。不久前，住房和城乡建设部印发通知，决定开展城市公园绿地开放共享试点工作。在公园草坪、林下空间以及空地等区域划定开放共享区域，完善配套服务设施，更好地满足人民群众搭建帐篷、运动健身、休闲游憩等亲近自然的户外活动需求。

近年来，通过腾退还绿、疏解建绿、见缝插绿，不少城市正逐渐“把城市融入大自然”。数

据显示，2012年至2021年，我国城市建设区绿化覆盖率由39.22%提高到42.06%，城市人均公园绿地面积由11.80平方米提高到14.78平方米。这为我们进一步开展城市公园绿地开放共享打下坚实基础。

支一顶帐篷，带一些食物，邀三五好友拥抱自然、共话家常，怎一个惬意了得！为了这份惬意，地方以及企业都有自己的探索。比如，利用空地绿化改造，成都市已对城市的393个“金角银边”示范点完成建设和改造；去年广州推出了第一批24个绿地草坪帐篷区，一经开放便“圈粉”无数；等等。再如，蒙草集团运用“草”科技打造了一款创新生态产品——

“走路草坪”。其混合配比国内不同品种的乡土草种，垫层丰富、结构稳定，具有减缓膝盖受力的柔软特性，因而被企业相关负责人戏称为“欢迎踩踏”。城市公园绿地开放共享，不仅是种草植树，更是用理念铺路。此次住建部印发通知要求，开放用于游憩活动的草坪区域要根据植物生长周期和特性，推广地块轮换养护管理制度，避免植被过度蹂躏影响正常生长。鼓励各地拓展开放共享的绿地类型，增加绿色活动空间。从这个角度来说，建设公园绿地，就是服务百姓，而不是做一个用来珍惜的“盆景”。

精细的服务也要伴随科学的管理。在开放试点的过程中，一些地方出现过乱丢垃圾、毁坏草坪、挖沙取土等不文明游园行为。各地应根据实际情况，制定完善管理指引。例如，上海市绿化和市容管理局在2022年年底出台的《上海市城市公园帐篷区管理指引（试行）》中明确提出，市民游客要做到爱护公共设施，不在帐篷区实施吸烟、酗酒、喧哗等不文明行为，不乱扔垃圾，不带宠物在非宠物活动区域遛玩等。

在发展中能看得见具体的人，这是城市规划的“思路”，也是人们的“心路”。沿着这条路走下去，在家门口遇见“诗和远方”便不再是奢望。