

翻垃圾找手表 为游客让车位

超预期“宠客”陷争议



游客在重庆市渝中区山城巷游览、拍照。新华社发

暑期来临，各地为打造“宠客地标”使出浑身解数。早在五一假期，比拼已经进入白热化阶段：重庆荣昌区政府机关食堂向游客开放，首日吃掉1200斤大米；山东日照一景区日撒3000斤蛤蜊，让游客享受“赶海”乐趣。

当文旅部门以“超预期服务”争夺游客青睐时，“山西大同环卫工翻8吨垃圾为游客找手表”一事，却让这场“宠客竞赛”陷入争议。类似情况其实并非孤例，青海西宁曾倡议党员干部“让车位、邀游客回家”，最终因抵触声浪修改表述。

7月15日，有公共政策专家指出，在实际的文旅工作中，个体诉求的响应和公共资源的匹配度是一个值得深入探讨的问题，“需建立起资源投入公平性和效率的评估框架”。也有专家认为，城市应该明确公共服务边界，边界内尽责服务，边界外鼓励服务。

A 环卫工人翻8吨垃圾找手表等事件引吐槽

连日来，“山西大同两名环卫工人4小时翻8吨垃圾帮游客找回儿童手表”一事，持续引发关注。

不少网友质疑：两位环卫工是否自愿为之？他们的权益是否受到保障？当地是否存在过度服务的情况？更有声音揣测求助者卢女士“背景深厚”，当地才会费尽心思为其寻找失物。

大同市城管局副局长肖志刚接受采访时表示，城市管理局本身是一个服务单位，对12345热线转办的事情接诉即办，没有过多考虑“值不值”的问题，此次求助的卢女士就是一位普通游客，没有其他身份，不管是本地市民还是外地游客，他们都会提供帮助。

大同市新城环境公司清洁部部长温东则表示，在寻找途中，卢女士曾提出，“实在找不到就别找了”。但是因为工人已经将垃圾都摊开了，并且手表有定位功能，会发出“滴滴”的声音，所以他们还是决定继续寻找。

B 各地文旅出招“抢游客”

放在往常，“宠客”二字并非贬义，它是各地文旅部门使出浑身解数，用“流量”留住游客的自我宣告。

据文化和旅游部2023年公布的全国文化和旅游市场管理创新十佳案例，重庆市的试点“‘一子落’带动‘全盘活’——重庆着力打造‘最宠游客的城市’”案例入选。

就在今年5月1日中午，重庆荣昌区政府机关食堂正式面向游客开放，首餐便吸引超3000名游客前来体验，菜品区摆放着荣昌卤鹅、羊肉汤、黄凉粉等。当地介绍，后续食堂还将根据游客反馈对口味进行调整，不断优化菜品和服务，让更多游客爱上“荣昌味道”……确保“宠客地标”成为“人心红利”。

这座“网红城市”还为游客专门搭建观景平台，给游客提供拍摄李子坝“轨道穿楼”奇观的拍摄位，可安全、全方位“出片”；为帮游客减少往返李子坝站、鹅岭二厂的时间，重庆专门开通了半山小巴，方便游客乘车游览打卡；考

在当下文旅宣传热潮中，各地都在期望借文旅东风推动地方发展。然而，部分举措却在实施过程中引发争议，甚至遭到舆论“反噬”。

今年五一假期，湖北宜昌市民王女士一行四人驱车抵达湖北恩施宣恩县，因未预订客房而住进宣恩县文旅局局长王菊芳家里。有网友为此点赞，也有网友认为，“文旅局局长对旅客的感情是真挚的，但并不赞同这个做法，怎么样去解决问题才是重点。”

此前，青海西宁也曾引发过类似争议。2023年6月15日，西宁市文明办发布《倡议书》，其中写道，在资源紧张的情况下，党员干部应主动让出自己的车位，主动贡献自己的车辆，主动邀请游客到自己家中用餐、留宿，尽可能地为困难游客提供便利和帮助。两天后，“文明西宁”微信公众号重新发布修改后的《倡议书》，将引起争议的内容替换为“在特殊困难情况下，积极发挥作用，为游客排忧解难”。

想到江滩上手机电量因拍照消耗快无法补充，又为游客提供了充电宝服务。

在以“好客”著称的山东，“宠客”举措更是不断：有游客称假期出游停车一直令人头疼，淄博却可以在旅游景点不影响交通的情况下，一律免费停车；日照一景区日撒3000斤蛤蜊，让游客充分享受“赶海”乐趣。

在湖北通山县隐水洞景区，当地为应对客流高峰，迅速推出“五一宠客计划”，通过多方资源协调、精细化服务赢得游客。

当地政府协调交通、文旅、市监、卫健等部门成立假日联合指挥部，在高速出口增设旅游咨询服务站，开通免费接驳专线；核心景点设置分流闸机，配合电子导览屏的实时客流热力图，将平均排队时长压缩至20分钟以内；100多名“通山红马甲”志愿者活跃在各景区各节点为游客提供免费地图、应急药品、自拍杆、帮拍等必要、特色服务；餐饮商户签订“诚信经营承诺书”，景区统一定价。

C “公私不分”还是过度浪费资源？

“‘宠客’是地方文旅部门近些年发展起来的一种旅游公共服务手段。”复旦大学旅游学系副教授薛岚向记者分析，其本质是通过提供超出游客预期服务的方式，以提高游客旅游体验水平，同时通过媒介传播实现宣传营销的目的。

“理想的‘宠客’方式可以实现旅游目的地和游客的互利共赢。”薛岚认为，一些“宠客”方式之所以存在争议或者被诟病，主要有两大原因，一是“公私不分”，即利用私人资源为公共服务，二是“成本远大于收益”，即过度浪费私人或公共资源但收益有限。

“提供增值服务值得鼓励，但是不应转嫁给无法拒绝这种要求的基层员工。城市应该明确公共服务边界，边界内尽责服务，边界外鼓励服务，而不是模糊这种边界。”北京大学政府管理学院教授马亮向告诉记者，这也是对游客的一种公共教育，出行旅游要做足功课和周全准备，“而不是寄希望于当地政府和所有人，为他们毫无准备和说走就走的出行买单”。

可以看到，无论是翻8吨垃圾捡手表，还是为游客“贡献”私车、让渡私人空间，在实际的文旅工作中，个体诉求的响应和公共资源的匹配度都是一个值得深入探讨的问题。

西南交通大学公共政策研究中心主任陈光告诉记者，在公共资源投入过程中，需建立起资源投入公平性和效率的评估框架。比如，为找回一块手表而投入大量人力及潜在环境成本，既不符合公平和效率原则，可能占用本应用于更重要公共服务的资源，且受益对象仅为个体。

“基于此，我们可以建立一个更具广泛意义的评估体系。”陈光提到可从以下四个方面考虑：需求本身的合理性评估，判断个体的需求和诉求是否基于不可抗力或特殊情况；资源投入评估，从公共政策角度出发，要考量政府投入的人力、物力和财力，与政策执行后可获得的公共效益是否匹配；公共利益的影响评估，政府的所有行为，都应致力于让公众在接受公共服务时得到真正所需的满足，减少负面影响的产生；替代方案评估，在响应公共服务需求时，需考虑是否存在更高效、低成本的满足方式。

在政府部门平衡利弊、制定好政策的基础上，各地文旅工作还需要通过“宣传”这最后一环，触达受众。如何借助流量顺势而上，而不被其吞噬和裹挟？

湖南大学新闻与传播学院副教授曹艳辉告诉记者，文旅宣传应该把握好时效度和多元主体的价值判断，“理解网民朴素的道德直觉”，违背常识常理常情的正面宣传容易适得其反。

中央民族大学新闻与传播学院教授、互联网平台企业发展与治理研究中心主任郭全中表示，城市应将重心放在打磨旅游产品、优化基础服务上，口碑才是长效流量的核心。

（据《南方都市报》）