“细节管理”成就“旅游盛宴”

姚丽萍

新民眼

本周六晚间,2016“上海旅游节开幕大巡游”将在淮海路精彩呈现。今年正值“中美旅游年”,上海迪士尼度假区花车将作为第一辆花车亮相大巡游。

旅游节,一场“人民大众的节日”,从淮海路、南京路到豫园商城,经典与时尚交融,观赏性与参与性兼备,原本就是旅游节的一贯追求。今天,成就这场“旅游盛宴”,城市“细节管理”又该如何助力?

今年入夏以来,“中华第一街”南京路步行街迎来大客流,日均达68万人,最高峰值近百万人。巨大商机引来违法分子聚集,散发小广告、吊模斩客、黑社黑导时有发生。8月8日起,南京路步行街管理办公室会同公安、市场监管局、城管、街道联合执法,3天内,取缔黑旅行社1个,公安拘留12人,收缴小广告12万余张;查获售假窝点6处,收缴各类假冒品牌的箱包、鞋类、围巾、票夹、服装、皮带、眼镜等近4000件。

做城管超过15年,宋宝珍跟小广告的斗争没有停止过。17年前,南京路步行街开张,每天客流量约10万人,如今则是当年的6-10倍。与客流变化相关的,是小广告内容的变化。2010年前,小广告的内容大多是网点销售飞机票。当时,网点售票的利润空间很大,假如一张票1000元,网点就可得200元;2010年,机票销售政策发生了改变,网点20%的利润压缩到了3%,很快,城管们见不到“机票小广告”了。

孙绍波 画

取而代之的,是迅速扎堆的“一日游”广告。宋宝珍多年观察发现,大量外地游客来逛步行街,走走看看,要是能顺便到周庄、朱家角、乌镇逛逛,也蛮好。游客从哪里获取旅游信息?小广告乘虚而入!庞大的市场需求,正是小广告屡禁不绝的根源,也是因此造成种种纠纷不断的根源。

市人大代表金永红律师非常关注小广告的治理问题,他在国外旅游的经验表明,每到一个旅游城市,很容易就能见到政府设立的“information station(信息服务站)”,游客能够很方便地获取旅游资讯,实在不需要“小广告”。如果,本市旅游主管部门积极打通资讯渠道,提供更便捷、更完备的旅游服务,游客在南京路步行街闲庭信步的时候,就能得到正规、合法的旅游资讯服务;那么,非法小广告的生存空间就会被最大限度压缩,也就不需要城管“末端治理”年复一年耗费大量精力却难以根绝小广告。

的确,适应市场需求,降低社会治理成本,要从“细节管理”下功夫。今年,南京路步行街将散发小广告、兜售假冒侵权商品、黑社黑导等违法违规行为纳入主要整治目标。

如何实现目标?

一是盯牢“车子”。执法部门将在南京路步行街周边地区查处依托“小广告”拉客的无资质旅游车,阻断小广告-黑旅行车-黑导游-黑旅行社组成的“利益链”。

二是盯牢“房子”。深化群防群治,采取有奖举报,发动居民自治组织、志愿者对隐匿在居民区中的各类售假窝点、违法小广告的存放点及时发现举报。依据国家质检总局规章,凡为假冒侵权商品提供房屋租赁的房东业主,也要承担连带责任。

更重要的是,推广正规旅游产品,引入正规资质旅行社,压缩黑旅行社经营空间。旅游主管部门组织正规旅行社整合资源、发挥优势,大力推广区域沿线的“上海一日游”、“上海半日游”等优质旅游产品。同时,步行街大屏幕、广告栏、可移动提示牌,均以中英文提醒游客防范黑导游黑广告。

此外,两街数字商圈,一个大数据平台还将帮助广大游客“精准定位”。第一次到南京路、淮海路来的外地、外国客人,通过平台准确定位自己要去的商场,不至于把时间消耗在寻找的过程中。本地消费者,借助平台获取众多商家的最新动态,开业也好,促销也罢,凡是需要的、有用的、想知道的,一网打尽。总归,将大数据转化为实际的消费力,这就是两街数字商圈的终极目标。

如今,一年一度的“旅游盛宴”,绝非只是看看花车——商、旅、文联动,就是要在热闹与秩序、旅游与消费、文化传播与商业繁荣之间,寻找最佳平衡点;这个平衡点,所需要的,正是“细节管理”的理念更新和技术升级。