

体验差、安全隐患

网红城市打卡热背后需冷思考

海拔只有300米的小山,一天内有10万人爬;方圆几平方公里的湖,一天几十万人“游”;江岸悬崖上的“镇”,从早到晚被人潮“淹”;“巴掌大”的店,成千上万人围,“有幸”排到号的人却可能连门都挤不进……

近年来,每逢公共假期,“网红城市”都会爆发一波“打卡热”。一方面,粉丝“爆棚”带来相应城市知名度和人口聚集力上升、文化旅游等第三产业收入提高、社会临时性就业岗位增多等积极影响;但另一方面,远超负荷的客流导致“打卡”民众旅游体验欠佳、“被打卡”城市秩序混乱、对生态和文化遗产保护不利,存在公共安全隐患。“网红城市”应有充分预案、必要投入、充足准备,在拥抱“打卡热”的同时保持治理“冷思维”。

“网红”城市形成“聚合作用”

“去网红城市打卡”,已经成为当下出游新趋势。

以今年“五一”小长假为例,长沙一天内岳麓山、橘子洲等景区日接待游客人次都是“10万+”水平,《沁园春·夏之恋》主题焰火更吸引了数十万人现场观看;重庆洪崖洞,几乎全天候人潮人海,附近的千厮门嘉陵江大桥只能实行交通管制、人员排队上桥;成都网红打卡地“小酒馆”,游客更是连门都挤不进……

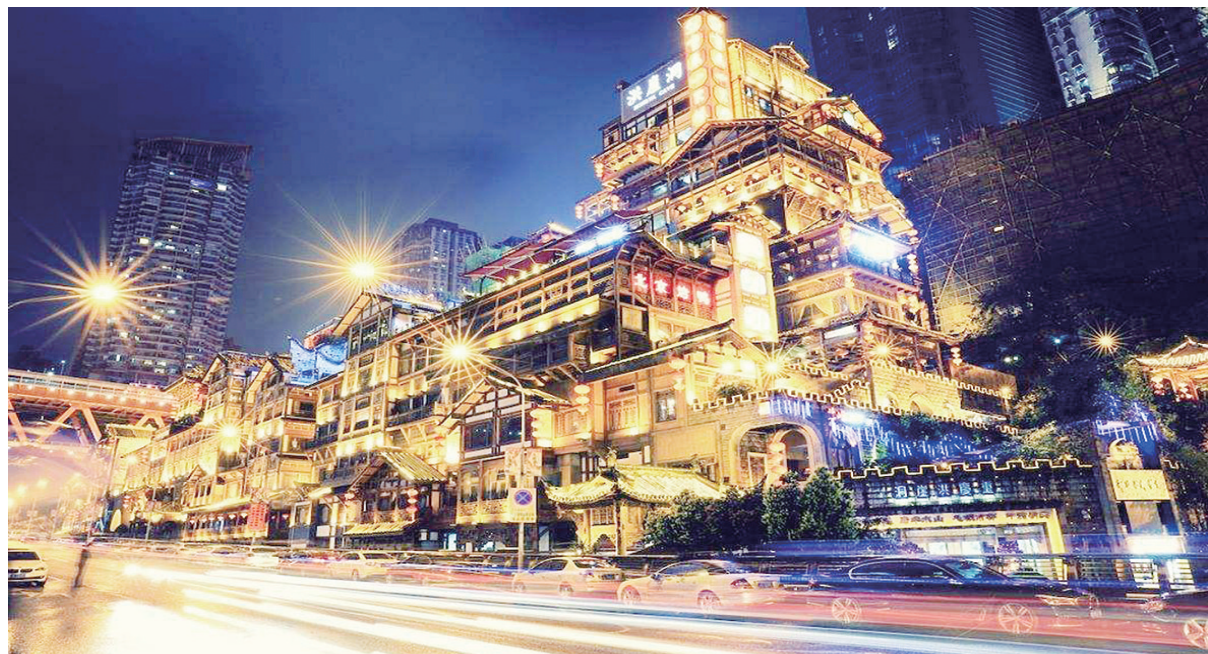
纷至沓来的游览者,给地方带来的经济效益十分可观。如今年“五一”期间湖南共接待游客2322.31万人次,实现旅游总收入164.97亿元;挣得最多的长沙,实现旅游收入35.3亿元,湖南省、长沙市的旅游收入同比增长均在两成以上。相比长沙,“网红”热度同样很高的成都、重庆、西安、杭州等,也个个挣得盆满钵满。

打卡地作为一种指标,反映着时代性格的一部分:自信、自强、自娱。这种潮流,助力偏处四川盆地的成都,凭借众多“网红打卡地”,成为人才“孔雀西南飞”的重要目的地。据四川省统计局统计,2018年四川新增的39万常住人口当中,成都常住人口比上年增加28.53万人,占全省七成以上。其中新入户者,相当一部分是大学毕业生。与成都类似,武汉光谷“绿野仙踪”“造梦空间”等“打卡地”近年走红,目前光谷地区人口规模130万人,其中70%为35岁以下的年轻人群。

由“打卡”到熟悉再到认同,一张张“网红城市”名片,不断发挥作用。

“景点人多到手机没信号”

一小时只能挪动几百米,排队四五个小时才能抵达心仪的“网红”地点;人挤人、人挨人的活动现场想发一条微博或微信,两小时后才会发送成功;因为人太多,导致地铁封站限流、公交无法移动,网约车手机显示预计等待时间两小时,排队超过2000人……



重庆洪崖洞景区,资料图片。

“没别的,就看到了人”“后悔了,不想出来玩了”“进也不能进,退也不能退”……今年“五一”期间,网上充斥着“打卡者”这类图、文、音视频结合的“现场报道”,很多人吐槽旅游体验感“悲催”。

“人挤得连垃圾车都开不进去,环境卫生保洁都很难保障。”“网红城市”很多基层工作人员更是叫苦不迭。他们说,这种“打卡热”在节日带来的脉冲式消费,从旅游经济角度考量称不上高质量。“人挤做一团,旅游体验感肯定不会太好;远超接待能力的客流,会导致旅游景点、商业门店等难以保障服务质量和产品质量,还会滋生‘店大欺客’现象,很难带来真正的‘消费升级’。”

很多网红城市身处一线的职能部门、街道工作人员,几乎每次“长假”过后,都会对“打卡网红”带来的管理压力和安全风险心有余悸。

“人群把道路占满了,我们街道、派出所、职能部门全天候加班。但几百个干部和民警一进入现场,就完全被人海‘吞没’。由于人太多,护栏、围挡都被挤垮,我们喊破喉咙也收效甚微。”一位参与了“网红城市”热门景点维持秩序的民警说。

还有一位干部说,很多“网红景点”位于水边、山边,且区域处于“全开放”状态。后面的人群拼命往前面拥挤,而前面的人可能已经进无可进;一旦堤坝、围栏、楼梯、电梯或自动扶梯出现垮塌、坠落等意外,很容易发生人身伤害事件;而相关突发事件还很容易引起人群骚动。如果事故现场连手机通讯都无法保障,出了问题就会“叫天不应、叫地不灵”。

“现场从安全管理、公共服务到接待能力,很多方面都突破了极限。我们实际上只是在赌运气——赌运气好侥幸不出事……根本控制不住这样多的人流量,出了事后后果不堪设想!”有干部忧心忡忡地说。

从卖力推介到限流、减量

借助互联网“云传播”的效应,人们直奔心仪网红城市“打卡”。四通八达的高速铁路、民用航空、高速公路等现代交通运输方式,使“一场说走就走”的旅游成为现实。

等“打卡者”到了自己心仪的城市,直奔“网红地点”,即使面对举目四望的人山人海,人们也会选择留下而不是离开。因为为了这一刻,每个人都不同程度投入了时间、精力、情感、金钱。如果选择放弃,之前一切都会变成“沉没成本”。绝大多数人会“拒绝止损”,坚持挤进去、挪过去,不“打卡”不罢休。国人有最好的自我心理抚慰:“来都来了!”

刚当上“网红”的很多城市和商家,对于纷至沓来的人潮往往乐享其成。但很多更早出现类似现象的“网红景点”,在看到“硬币另一面”后,已经开始采取限流措施,不让游客的出游体验大打折扣。

在国内,为了防止因参观者太多导致文物特别是壁画加速氧化和腐蚀,敦煌莫高窟实行严格的官网预约购票,同时将门票区分为常规门票、应急门票等,引导“飞天粉丝”们提前规划、设计日程和淡季参观,对参观人潮实行科学合理的疏导。

不少国家和地区的政府公共管理机构,都逐步认识到“过度旅游”的危害。在采取竖立警示牌、增加人力疏导和清理等现场管理措施收效甚微后,正从过去的卖力推介,开始转而采取对游客限流、减量的政策。

“网红城市”要有“负面清单”

采访中,有干部对记者说,如今很多地方还在努力营造“网红打卡地”,把营造城市氛围作为城市软实力的关键一环来抓。而在激烈的“打卡地”竞争中,一些现象让人怀疑,城

市对此真的做好准备了吗?

有干部告诉记者,针对密集人群带来的安全隐患,基层一线频频向上级提示风险。但有的地方领导干部对此尚未引起高度重视。“总是节前开个会或者发个文,将安保、保洁、维稳、应急等任务压给基层干部。一是没有人力、物力等增量资源投入,二是发生问题拿一线人员问责,这是不是推卸责任的做法呢?”

很多受访者认为,作为新媒体时代的社会现象,“网红城市”需要思考的是:要素供给是什么?需要建立的负面清单有哪些?

有建议指出:城市管理是系统工程,网红打卡地首先需要考虑的应该是安全。一个“网红打卡地”,周边交通如何,消防设施如何,如何来适应客流量峰值,均应加强统筹规划。要素供给中,安全要素应该挺在最前。对于设施陈旧者,应尽快改善更新以适应变化。每一个已经和即将成为网红的城市,对所有物质、非物质文化与自然遗产,都应该珍惜。开发和利用,要建立在安全与合理的基础上。

还有一种观点认为,与其说“网红城市”正在改变我们的生活结构、方式和节奏,不如说当下的生活结构、方式、节奏催生了“网红城市”。

“网红城市”现象起自个体心情,对公众的情绪管理是重要一环。良好的情绪既来自现实世界,也来自网络世界,而且越来越依赖于网络世界。游客数量达到峰值的时候,当地通讯信号是否通畅、拍照分享是否便捷、是否能提供广泛而周到的选择、是否能寻求到帮助、是否构建起社交圈层,均是应该考虑的要素供给。

打造“网红城市”“负面清单”,就是要尽可能减少城市要素供给的不足。

我们要打造属于我们这个时代的“流动盛宴”,从“网红城市”逐步过渡到安全、便捷、舒适、温暖,可供人类诗意栖居的心灵家园。

(中新网 发)