

# 景区门票预约不妨引入“候补购票”

观点  
提要

景区可以学习借鉴铁路售票系统防范、打击“黄牛”的经验,通过“候补购票”功能完善门票预约机制。研发“候补购票”有较高的技术门槛,单靠景区自己恐怕难以胜任,因此可由有关部门或第三方平台牵头组织,统一整合优化、改进提升景区门票预约系统,增加“候补购票”功能,严密封堵“黄牛”套利的空间,给广大游客带来更好、更有保障的购票体验。

□ 张涛

5月4日,北京市公安局西城分局发布消息:接群众举报有人倒卖恭王府景区门票线索后,西城警方迅速开展工作,5月3日晚在西城区定阜街一门店内将韩某伶、喻某玲等4名涉案人员抓获。对于干扰旅游市场秩序,侵害群众利益的违法犯罪行为,警方将依法严厉打击。

此前,北京恭王府接连多日门票预约售罄。5月3日,记者在恭王府门口发现多名“黄牛”倒票,原本40元的门票被抬到了150元。游客只要尾随“黄牛”到附近的“聚福园游客中心”,递上自己的身份证,几分钟对方就能“搞定”电子票,游客凭身份证便能入园。

40元一张的门票,“黄牛”一倒手就成了150元。这种公然炒票行为,不仅严重侵害了游客的合法权益,也扰乱了正常的旅游市场秩序。在门票已售罄的情况下,“黄牛”的剩票从何而来?为何可以当场操作实名

电子票?“黄牛”为何有如此神通?这些都有待景区方面和有关部门进一步查实。

据业内人士和有关专家介绍,“黄牛”可能是事先抢了一部分门票“占位”,有游客需要时再“秒退秒抢”转手给游客。

在火车票刚实行网上实名购票时,“黄牛”的这一招就屡试不爽。他们先是利用抢票软件大量囤积热门线路车票,等到有人来买时将车票退掉,再使用购票人的身份信息瞬间抢回。“黄牛”的说法是:“我们的外挂程序可以在0.1秒内发现退票,一般乘客根本不可能有机会抢到票。”综合多方信息推测,现在恭王府门口倒卖门票的“黄牛”很可能是故技重施,利用“技术优势”自退自抢。

其他媒体的报道也可从侧面印证这一推测。据报道,五一假期南京博物院、侵华日军南京大屠杀遇难同胞纪念馆预约爆满。在某二手交易平台,这些场馆原本免费的门票却被

拿来公开叫卖,最高卖到了80元一张。面对媒体记者的询问,有卖家坦言是“抢的别人退的票”,并且拍胸脯保证“大概率可以抢到,成功率98%以上”。可以想见,在有技术加持的“黄牛”面前,普通游客“拼手速”根本拼不过。

景区门票预约是近些年才兴起的,加之景区门票通常不被视为稀缺资源,一些景区管理部门缺乏应对“黄牛”的经验和准备。如今进入疫情防控常态化阶段,“无预约,不出游”成为旅游常态,这有利于避免游客扎堆,减轻景区压力,提升旅游舒适度,但也在客观上让“黄牛”有了可乘之机。为有效兴利除弊遏制“黄牛”倒票,景区门票预约不妨向铁路售票系统学习,引入“候补购票”功能。

2019年5月,12306网站和APP“候补购票”功能上线。旅客购票时如遇所需车次、席别无票,可按日期、车次、席别提

交购票需求,并在预付票款后进行排队候补。当对应的车次、席别无退票时,系统自动兑现车票,并将购票结果通知旅客。12306网站和APP有了“候补购票”功能,“专业抢票”的“黄牛”彻底“凉凉”了,他们再也没有了“左手倒右手”的机会。同时,“候补购票”功能也十分人性化,人们不需要再一个劲儿地用电脑或手机刷票,大大节省了时间和精力,也为社会节约了资源。

铁路售票系统防范、打击“黄牛”的经验,景区也应当学习借鉴,通过“候补购票”功能完善门票预约机制。研发“候补购票”有较高的技术门槛,单靠景区自己恐怕难以胜任,因此可由有关部门或第三方平台牵头组织,统一整合优化、改进提升景区门票预约系统,增加“候补购票”功能,严密封堵“黄牛”套利的空间,给广大游客带来更好、更有保障的购票体验。

## 熊孩子背后的“熊家长”该如何教育

□ 胡欣红

近日,一则网传视频显示,5月1日中午,东莞一家影院影厅正片结束播放字幕时,一名调皮的小男孩对银幕拳打脚踢,整个过程中并无家长上前阻止。影院报警后,经多方调查,警方已联系涉事儿童的监护人,目前正积极引导影院和儿童监护人双方通过法律程序妥善解决问题。

熊孩子踢坏银幕之事,已不是第一次发生。2020年国庆假期,海口一个熊孩子观影时踢坏影厅银幕,曾一度引发热议。事后经过协商,孩子家长赔偿了2万多元。

殷鉴不远,竟然又发生熊孩子踢坏银幕事件,公众纷纷谴责当事家长管教失职,理应赔偿影院的损失。

如何防范“熊孩子踢银幕”之类事件再次发生,是一个值得深思的话题。笔者认为,除依法依规处理赔偿事宜,更应该切实端正家长的教育观念。

令人遗憾的是,现实中就有不少家长不懂得教子之道,把对孩子无原则的放纵当成尊重个性。“惯子如杀子”,父母的言传身教,往往会对孩子的成长有着不可估量的影响。从某种意义上讲,“熊”是孩子的天性之一,“熊”本身并不可怕,可怕的是因为没有引导和教育,孩子只剩下了“熊”。天性并非个性,顺其自然并非任其自然,天性应当是符合自然之道,合乎真善美之本心,而个性则良莠并存,需要去芜存菁。

有些父母把孩子闹事当成小事,常常以“他(她)只是一个孩子”为理由进行辩解。殊不知,孩子天性中有善的一面,也有恶的一面,家长有多放纵,孩子就能有多“恶”。无条件满足、无底线纵容,很容易催生“小魔王”“小霸王”,最后必然会反噬自身与家庭。现实中,熊孩子由“恶作剧”升级为犯罪的教训不胜枚举。

养育孩子是父母的责任,养育出一个好孩子也是父母的义务。在这个世界上,没有无缘无故的好孩子,也没有无缘无故的熊孩子。身为家长,千万别把没教养当成有个性。引导孩子明白做人做事的基本道理,才是真正的教养之道。

熊孩子踢坏银幕,家长必须承担赔偿责任,但如果并不深刻吸取教训,让孩子随时随地解放“天性”,下一次家长或许将付出更大的代价。从这个意义上讲,依法追责只是解决问题的起点,教育“熊家长”才是关键所在。

大众报业集团十大名牌专栏  
诗评画议

绘画 商海春 配诗 郝玲

成桶牛奶倒沟里,支持偶像失理智。  
如此规则为牟利,浪费可耻当抵制。

这两天,为打投偶像而倒奶的事引发网友强烈批评。粉丝购买赞助商奶制品后,扫描瓶盖内的二维码才能为偶像助力。买得越多助力越多,喝不完又转卖不了,直接倒掉便成了最“快捷”的处理方式。偶像能不能出道不得而知,但可以预见的是,节目组和赞助商却获得了高热度和巨大收益。  
据新华社



## 何不给游客一个释放情绪的出口?

观点  
提要

景区治理不文明旅游行为的同时,也可以从让游客更有收获感的思路出发,为游客的情绪释放需求找到一个“出口”。

□ 丁慎毅

媒体报道,五一假期,河南登封少林寺景区游客暴增,寺内一片竹林遭到摧残,数十个大人带着小孩反复攀爬竹子,吊在上边荡秋千,导致一些竹子被扭断。竹林里,上百人刻下了“某某到此一游”“某某与某某1314”等字迹。

每年的五一等假期都是乱刻乱画乱爬等不文明行为的集中爆发期。景区工作人员喊破嗓子,不能爬的,游客还是爬了。而“到此一游”“我来了”及个人签名见缝插针,工作人员不用汽油、二甲苯等定期清理。

对于这些不文明行为,旅游法明令禁止并提出对于刻画、涂污或者以其他方式故意损坏国家保护文物、名胜古迹的行为,可处以警告、罚款甚至拘留。不少地方还出台了相应的旅游“黑名单”制度,有些法院判决甚至让不文明之人付出“疼到肉”的代价,但是仍然有人“前赴后继”。

对不文明旅游行为,一方面景区管理要在严防死守中创新更好的堵的办法,同时,游客也要有愿意管“闲事”的意识。像少林寺竹林内,有游客发现孩子刻字,及时出言制止,就起

到了好的效果。

另一方面,要从需求侧的角度,来考虑供给侧的满足。游客的不文明行为,从心理角度说,属于心智不成熟的一种表现,一些游客出来旅游刺激了释放情绪的冲动,却没把握好规则。如果释放情绪的需求能得到满足,或许很多游客就不会再有不文明行为,至少会减少不文明行为。

比如,有些风景名胜景区设有留言墙,用以满足游客留念的愿望。2013年,武汉黄陂木兰云雾山景区为刻字留念新增一项服务项目:付50元制作

费,就可将该游客的姓名、籍贯、留言和日期刻在一块待烧的砖坯上,进窑烧制后,将这些“留言砖”专门砌成一面游客留言墙。与这种市场化引导相对的,则是黄鹤楼景区设置“电子涂鸦墙”。游客不仅可用手指作画并保存,还可以轻松查询。

总之,景区治理不文明旅游行为的同时,也可以从让游客旅游更有收获感的思路出发,为游客的情绪释放需求找到一个“出口”。这个“出口”如果有好的文创支撑,说不定有机会成为一个网红打卡地,进而带动更多游客来景区。