



景区纷纷上调游客接待限量

国庆中秋双节假期临近,民众出行也将迎来高峰。中国国家铁路集团有限公司28日表示,铁路国庆假期运输28日启动。自9月28日—10月8日,全国铁路预计发送旅客1.08亿人次,日均982万人次。10月1日为客流最高峰,预计发送旅客1300万人次,将创疫情发生以来铁路日均客流新高。

为适应国庆中秋假期游客游览和景区的接待需求,文化和旅游部近期将旅游景区的接待游客量从不超过最大承载量的50%调整到了75%。

随着限流政策的放宽,各地景区纷纷上调了游客接待限量。9月28日,华山景区发布《关于国庆、中秋节假期游客接待限量的公告》,节日期间,华山景区每日最大客流限量20000人次,其中团队预约每日不超过4000人,达到上限停止售票。

从9月28日起,黄山风景区日接待进山游客最大承载力由原2.5万人扩大到3.75万人。其中,南大门3.375万人,北大门0.375万人。

敦煌莫高窟自9月25日起,将各票型门票单日最大限量调整为对应正常承载量的75%,A类票(数字电影+8个实体洞窟)发售量为4500张/天,B类票(4个实体洞窟)发售量为9000张/天,C类票(数字电影)发售量根据

热门景区一票难求 黄金周出游请注意

双节将至,各地景区纷纷上调游客接待限量,故宫等部分热门景区假期门票已经售罄,出现一票难求的情况。这个假期,你准备好出游了吗?

A类票余量调控发售,特窟门票发售量为每窟100张/天,达到上限后将停止售票。

故宫等热门景区一票难求

长达8天的超级黄金周也激发了老百姓出游的热情。目前一些景区已经出现了一票难求的情况,故宫等热门景区的假期门票已经被抢购一空。

记者登录故宫博物院官网发现,目前故宫10月1日—10月8日的门票已经全部售罄。敦煌莫高窟10月1日—10月8日的A类票也已经售罄。

四川九寨沟火花海将于国庆前恢复开放,目前九寨沟单日限流17000人,10月2日—10月4日的门票已经售完。

根据美团门票难订指数显示,故宫博物院、西安博物院、陕西历史博物馆位列景区难订榜前三名。

“无预约、不出游”

双节假期依然是“无预约不出游”。文化和旅游部资源开发司副司长单钢新27日表示,针对旅游景区,在统筹做好疫情防控的前提下,重点抓好有序开放、预约旅游。

目前,各地景区按照“限量、预约、错峰”的要求,推进实施预约制度。截至目前,除了部分开放式免票景区外,全国280家5A级旅游景区中已有264家景区建立了分时预约制度,占5A级景区总量的94%左右。

文旅部也提醒,游客要提前了解和查询旅游景区疫情防控、开放、门票预约、客流限制等措施,做到“无预约、

不出游”。

所以,大家假期出门旅游一定要提前预约好景区门票,免得白跑一趟。另外,还要注意做好个人防护,注意是否符合目的地的疫情防控要求。

比如,华山景区要求所有游客购票前须注册陕西健康码,健康码为绿码的游客可订票,黄码和红码游客不可订票。黄山景区也要求,游客须出示预约成功信息或信息所匹配的身份证、通过健康码核验、体温检测合格后方可换乘进入景区。

文旅部表示,将指导A级旅游景区加强出入口、健康码扫码区、重要游览点等关键节点管理,做好游客疏导、管控,防止人员瞬时聚集现象发生。

注意出游安全,避免出国游

外交部领事司28日提醒,中国公民要密切关注外交部和驻外使领馆发布的安全提醒和海外疫情信息,充分评估当前国际旅行可能带来的交叉感染、滞留国外、隔离期长等严重风险,坚持“非必要,不旅行”原则,在国内的尽量避免出国旅行,在国外的尽量避免跨境流动。

在出游时要提升防范意识,确保出游安全。文旅部提醒,打卡网红景点时,要遵守公序良俗和法律法规,综合评估当时所处环境,不任性而为,始终把安全放在第一位。同时,要遵守提示提醒,不在“网红”地任性打卡拍照,从事危及自身以及他人人身安全的活动。

据中新网

这些网红项目能放心玩吗?

——多地景区部分游乐设备运营安全调查

中秋国庆假期将至,市场监管总局近日发文要求各地组织开展景区客运索道、大型游乐设施安全检查,保障群众旅游游乐安全。

记者在渝、黔、湘等地调查发现,悬崖秋千、玻璃廊桥、高空自行车等广受欢迎的网红游乐设施设备存在安全监管缺失问题,还有部分景区相关设备操作人员无证上岗,给游客人身安全带来风险。

“吸睛”又“吸金” 网红游乐项目迎“险”扩张

9月18日,重庆梦幻奥陶纪景区一工作人员乘坐该景区网红游乐设备“高空速滑”拍摄宣传视频时意外坠亡,该景区正接受近3年来的第3次安全事故调查。

近年来,玻璃廊桥、悬崖秋千等网红游乐项目安全事故时有发生。尽管如此,记者发现,此类项目在各景区开设数量仍迅速增长。仅在重庆,就有云阳、武隆、万盛等8个区县建有玻璃廊桥、栈道等玻璃悬挑观景平台,甚至在一些农家乐、住宅小区中也建有相关设施。这一趋势也发生在贵州、湖南,各景区中高空自行车、悬崖秋千等项目越来越多。

中国旅游研究院院长江旅游研究基地首席专家罗兹柏表示,多数网红游乐项目是高空、高速、高风险项目,因惊险刺激受到年轻人追捧,通过网络平台进一步放大后,能在短时间内为景区“吸睛”又“吸金”。一家景区成功后,一批景区则跟风效仿。

技术标准、操作规程、监管措施等均存隐患

“惊险刺激的网红游乐设备虽有助于迅速提升景区收入,但安全风险不可忽视。”湖南省政协委员、张家界旅游集团股份有限公司常务副总裁金鑫说。

记者调查发现,部分网红游乐设备游离于监管之外。根据相关法律法规,特种设备目录当中列明的游乐设施应依特种设备标准,由市场监管部门负责安全监督管理。

重庆市市场监管局机电处处长陈海鹰表示,目前,玻璃廊桥、玻璃水滑道、悬崖秋千等一些新型游乐设施尚未纳入特种设备目录当中,不属于大型游乐设施安全监管范围。

多地监管部门工作人员表示,当前对被纳入特种设备监管的大型游乐设施一般监管力度较大,但对目录外设施则监管力度相对薄弱,落实安全主体责任有一定困难。

多地旅游企业经营者表示,由于安全监管职权不清,部分游乐项目只能“先运营再说”。

还有部分游乐设施设计生产企业,故意将产品相关指标设置为略微低于特种设备目录标准,打“擦边球”规避监管。

依规定,用于经营目的承载乘客游乐的设施,设计最大运行线速度大于或者等于2米/秒,或者运行高度距地面高于或者等于2米的载人大型游乐设施应办理特种设备许可证。记者在河南一家游乐设备生产公司提供的游乐产品目录中看到,旋转飞椅的升降幅度为1.9米,炮筒飞机升降幅度为1.9米,滑车的速度为1.96米/秒,均刚好低于要求办理许可证的“门槛”。

该公司业务经理说,如办理特种设备许可证,设备就要定期接受检查,还要配备持证作业人员,设备还有强制报废要求,大大增加了运营成本。这种效果和特种设备几乎一样却不用办证的“擦边球”设备很受市场欢迎。

据国家市场监督管理总局信息,操作人员违章操作、操作不当甚至无证操作是各地景区游乐设备设施安全的重大隐患。

记者了解到,大型游乐设施操作人员需依法持《特种设备作业人员证》上岗,但部分景区为节省成本,对人员培训管理不到位。

“安全带扣紧、绳子捆牢就行,培训几次就能掌握,没必要聘请专业人员增加开销。”贵州某景区负责人表示,在节假日等游客高峰时期,景区常在附近村寨招聘临时工,简单培训后就上岗负责游客安全检查。

有监管部门工作人员透露:“安全检查时,有操作人员和维修人员对设备情况一问三不知,有部分风险较大的网红项目甚至找不到一名持证上岗的操作员。”

此外,记者还在调查中发现,有中小型制造企业为降低价格抢占市场,削减质检部门人员,导致产品安全风险难控;有部分小区景区未及时更换设备安全装置或重要的易损零部件。

有效强化监管难题待破解

专家表示,填补相关安全漏洞亟须加强监管力度、提升监管效率,但当前仍需面对现实难题。

——处罚措施乏力,影响监管效果。近几年来,重庆梦幻奥陶纪景区曾多次因为违反相关安全生产法规被处罚,但仍未彻底解决该景区安全隐患问题。



业内人士表示,因为相关处罚“痛感”远不及景区违规操作带来的利益,导致监管效果大打折扣。

记者还发现,部分地方监管部门存在“以罚代管”“从轻发落”等情况。

——设备标准紊乱,加大监管难度。记者采访了解到,当前多地景区使用的网红游乐设施不少属于没有相应国家标准参照的“非标产品”。目前对这些产品,监管部门往往参考类似产品标准并以第三方检测机构检测的方式进行安全检测管理。

湖南省特种设备检验检测研究院起重游乐设施检验部副部长梁峻欣认为,“非标设备”标准性低,现行检测方式加大了监管难度。

——应急演练虚化,削弱救助效果。重庆梦幻奥陶纪景区事故发生当天上午,景区刚举行了“2020年重庆市大型游乐设施应急救援演练”活动,演练科目包括模拟营救2名被困高空的游客。

梁峻欣提醒,应警惕景区应急救援演练变成“走过场”。现实中,不同设备应急救援方案各异,但部分景区并未针对具体设备制定专项应急预案,导致出现紧急情况时难以有效施救。

针对当前因设备技术标准带来的监管弱化问题,罗兹柏、梁峻欣建议,行业内部或国家层面尽快出台相关标准。记者了解到,国家标准《悬空地板、踏步、步道及栈道玻璃》将于明年4月实施。陈海鹰表示,目前对于未纳入特种设备目录的一些网红旅游体验项目,按照国务院安全生产委员会有关规定和小型游乐设施安全规范管理。

市场监管总局要求,各地市场监管部门要督促本辖区景区内客运索道和大型游乐设施使用单位,落实安全主体责任,针对中秋国庆节日期间客流量大、设备使用频次高等特点,对客运索道和大型游乐设施进行全面检查和维护保养,切实消除安全隐患。要在节前和节日期间组织开展针对性监督检查,对现场检查发现的问题要及时依法予以处置,发现设备存在重大安全隐患或不符合运行条件的,一律责令停止使用,切实保障客运索道和大型游乐设施等特种设备运行安全。

据新华社