

张家界地质公园被指科普不力 收黄牌警告

作者：于媛媛 2013 年 1 月 18 日

一、事件回顾

1 月 9 日，在中国世界地址公园年会上，因“向公众科普地球知识”等方面有所不足，联合国教科文组织给予中国三大著名景区湖南张家界、庐山和黑龙江五大连池黄牌警告。

1 月 13 日，针对联合国教科文组织对中国三大著名景区湖南张家界、江西庐山和黑龙江五大连池发出“黄牌”警告事件，张家界、庐山和五大连池在认错的同时，也开始制定相关的整改措施。

据新华社报道，2014 年前，世界地质公园网络评估局将再次对这三家公园进行检查评估，如没通过审核，这三家地质公园将会从名单中除名。

2004 年，中国的湖南张家界、江西庐山和黑龙江五大连池被联合国教科文组织列入全球第一批地质公园。“世界地质公园”的名号并非终身制，每隔 4 年，联合国教科文组织都会对各国获得世界地质公园网络成员资格的景区进行评估，这是衡量和检验各个世界地质公园在地质遗迹保护、宣传地球知识成就等方面的重要工作。新华社称，评估检查结果将作为保留、警告或取消世界地质公园网络成员资格的基本依据。

另据《国际金融报》报道，湖南张家界并不是第一次遭到警告。1998 年，联合国教科文组织就对张家界的武陵源发出了“城市化”将破坏“自然界”的警告，该组织当时说，“武陵源现在是一个旅游设施泛滥的世界遗产景区，大部分景区现在像一个城市郊区的植物园或公园。”

二、舆情传播分析

1 月 9 日，张家界及其它两家景区被联合国教科文组织黄牌警告的消息被曝出后，据“新财富上市公司舆情监控终端”显示，截至 1 月 18 日 14 点，“张家界等景区被联合国教科文组织黄牌警告”事件最高网络转载量已达 100 篇，相关新闻热度为 96.98，已上升至高度关注的红色区域。12 日，新华网报道了记者对此事的调查进展，此事件的主要传播方向也从单纯报道张家界等景区被联合国教科文组织黄牌警告转移至后续的整改措施及

对我国遗产项目保护的思考上。

截止 1 月 18 日 14 点，“张家界等景区被联合国教科文组织黄牌警告”事件相关新闻传播量统计如下：平面媒体 84 篇（《人民日报》、《证券日报》、《国际金融报》、《中国旅游报》、《科技日报》、《新华每日电讯》、《中国青年报》、《北京青年报》和《新闻晨报》等），网络 369 篇，微博 1230 篇，股吧和论坛共 26 篇。

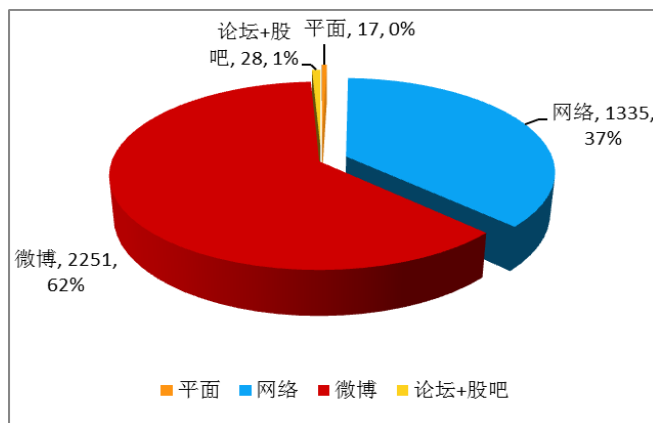


图 1 舆情传播类型分析

旅游景点门票问题及景区相关服务一直被外界所关注，又适逢春节假期即将来临，“张家界等景区被联合国教科文组织黄牌警告”被曝出后，众多网友对此事吐槽评论，12 日微博传播量达到峰值；同时媒体报道量也一并持续升高，并在 13 日达到传播最高点，中央媒体及多家地方平面媒体均对此事进行报道。就在此轮舆情传播接近尾声之时，16 日，媒体又对此事继续报道，虽然报道角度并没有过多变化，但自 16 日起，相关新闻传播量小幅上升，有继续引发下一轮舆情传播小高峰的趋势。

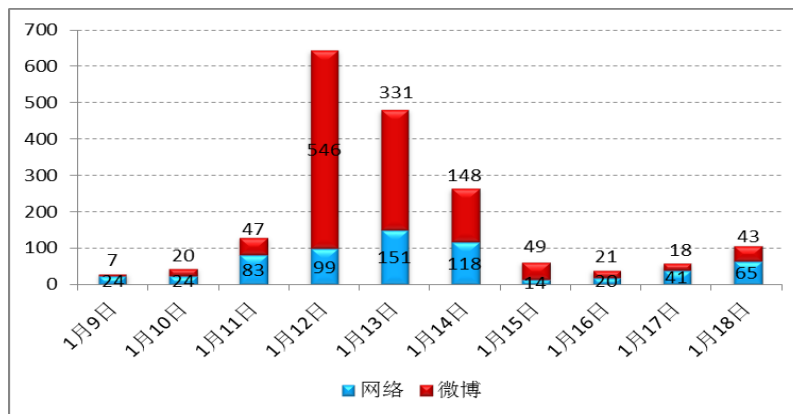


图 2 网络和微博平台传播数量趋势图（注：微博平台包括新浪和腾讯微博）

1月13日，“张家界等景区被联合国教科文组织黄牌警告”一事网络传播为151篇，达到事发后最高值。据“新财富上市公司舆情监控终端”显示，当日张家界舆情关注度指标为27.64，已由轻度关注的蓝色区域上升至中度关注的黄色区域，媒体和网民对公司较为关注，但影响还局限在一定范围内。当日，张家界关注度指标在早上6点后开始上升，并在午后趋于稳定。

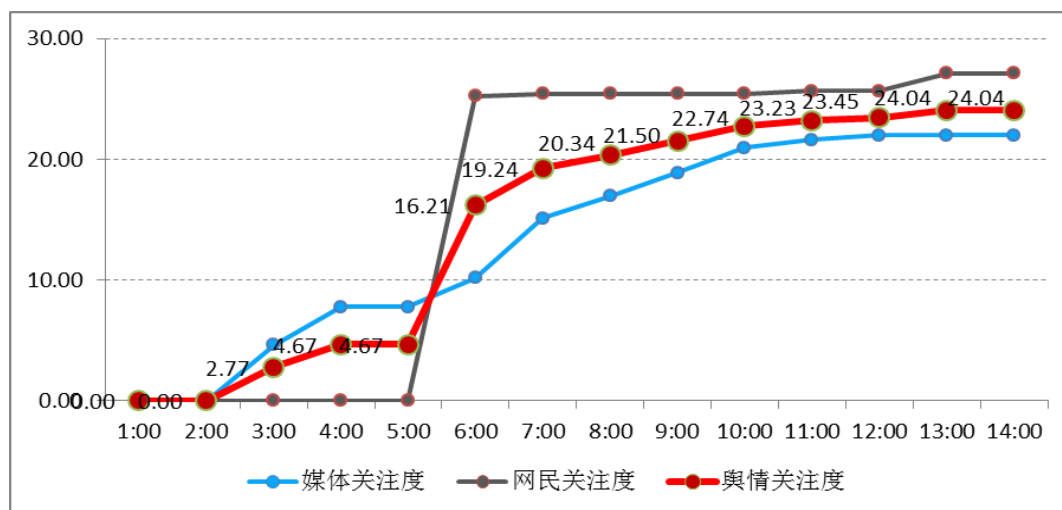


图3 张家界关注度指标一日变化曲线（数据来源：新财富上市公司舆情监控终端）

热门微博传播

《头条新闻》新浪官方微博：1月13日14点05分发布“张家界庐山遭联合国黄牌警告 或从地质公园除名”，截止18日15点，该微博被转发1719次，评论900次。



图4 头条新闻新浪官方微博发布截图

《人民日报》新浪官方微博：1月12日22点33分发布“张家界、庐山、五大连池科普不力 被联合国教科文组织‘黄牌警告’”。截至18日15点，该微博被转发664次，评

论 291 次。

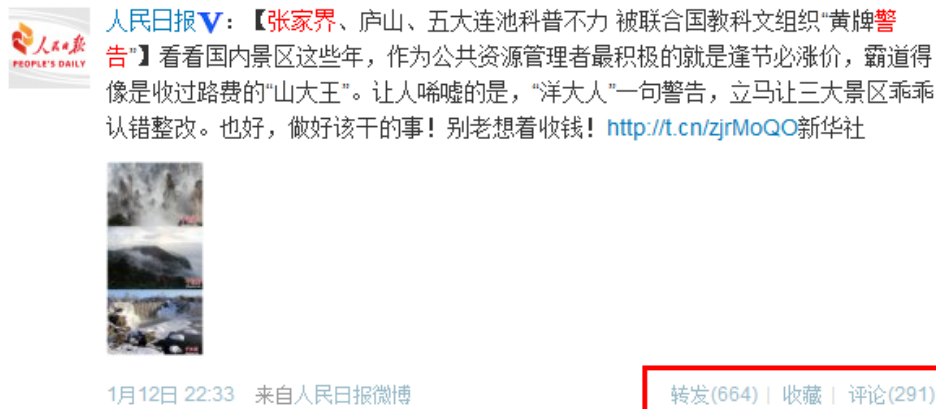


图 5 人民日报新浪官方微博发布截图

注释：

媒体关注度：反映上市公司受媒体关注的程度。通过计算网络中媒体对主体的报道、媒体重要性等综合得出。媒体关注度仅研究“量”的变化，不考虑情感倾向。得分越高，说明网络中该主体受媒体关注的程度越高。

网民关注度：反映上市公司受网民关注的程度。通过计算网民对主体的讨论热烈程度等综合得出。网民关注度仅研究“量”的变化，不考虑情感倾向。得分越高，说明网络中该主体受网民关注的程度越高。

媒体关注度：反映上市公司受媒体关注的程度。通过计算网络中媒体对主体的报道、媒体重要性等综合得出。媒体关注度仅研究“量”的变化，不考虑情感倾向。得分越高，说明网络中该主体受媒体关注的程度越高。

三、 各方声音

（一） 张家界回应

张家界市国土资源局局长高建国就此事对新华社表示，“张家界世界地质公园这块金字招牌来之不易，作为世界各地质公园网络成员，加强世界地质公园的建设管理与维护利用是不可推卸的责任和义务。此次黄牌警告表明，张家界在宣传科普知识方面仍然存在差距，亟待进一步完善。”高建国同时承诺，“张家界将积极整改，针对在设立标识标牌、

建立博物馆等方面工作存在的不足，把工作落实到位。”

张家界旅游集团股份有限公司董秘朱洪武表示，被出示黄牌对上市公司影响不大。“宣传片拍了不少，跟联合国教科文组织的配合也都有”，他认为，造成被黄牌警告的原因是，“景区归口国土局，营销和宣传则是由主管旅游的政府部门和相关企业在运作，可能(对联合国教科文组织要求)认识得不够到位，沟通不够”。

（二） 其他被警告景区回应

江西庐山：

庐山管理局表示将在三个方面进行整改：构建一个专业的地质公园队伍，用通俗易懂的语言对各个地质遗迹进行解说，更新全部解说牌；强化世界地质公园标识系统，制作地质导游图。

五大连池景区：

五大连池风景区管理委员也表示，“将利用一年时间在加强对外交流合作、普及地质知识、建设科普设施等三个方面工作完善提高，以期在世界地质公园再评估中顺利通过。”

（三） 评论员观点

中国之声特约观察员吴永强介绍，世界地质公园、世界遗产等荣誉称号授予景区的同时，也会给这些景区带来巨大而持续的经济效益，如所在地区知名度提高、游客量增加，相关景区旅游衍生产品开发、当地经济发展等，以至于不少地方政府成立了专门的班子、抽调专门的人力物力，与景区共同争取申遗或申请地质公园。一言以蔽之，巨大的无形资产和有形的利益驱动使得地方政府以及景区自身对这些称号趋之若鹜。

新华社评论认为“地质公园名号是景点招揽游客的金字招牌，也是景点门票、旅游市场的保障，但名号并非只是一纸证书，它清楚列明了应尽的责任和义务。”“然而，部分景区却片面注重其带来的经济效益，把创收放在第一位，在申报后忽视了自己应当承担的宣教义务，违背了申报的初衷，无异于本末倒置。”

（四） 业内人士

某景区管理者表示，“世界地址公园内的标识牌、解说牌必须按照规定向游人介绍公园的地质地貌，还必须向中小學生推广地质科普教育、编印地质科普小册子向游人发放等。

做不好这些，就有可能收到黄牌。”

有业内人士对《国际金融报》记者表示“相关城市或景区还是将经济效益作为发展的最重要驱动因素。”“但城市或景区发展，经济不是全部的载体，文化、科技、政治都是城市发展不可缺少的发展要素。”景点不光具有经济性，还有公益性或公共性，这就承载着一定的责任和义务，即参观景区的消费者有理由知道景区的名号从何而来、哪些地方值得欣赏等。

也有业内人士认为，世界地质公园无论是向公众科普地球知识还是对地质遗迹加强保护，都需要付出巨大精力和财力，且并不能带来直接的回报，尤其是经济效益。一些地方的财政也比较紧张，在科普和保护经费方面有一定压力。地方政府往往申报时不惜重金，申报成功就以逸待劳，对科普和保护工作重视不够。

（五） 专家观点

某江西省世界地质公园初评专家认为，中国世界地质公园一般都开辟为风景名胜区，景区为吸引游客都热衷于参评世界地址公园、世界遗产，但一旦成功入选后，往往不重视内涵建设，不重视或忽略其向公众科普地球知识的功能建设，背离了参评世界地质公园的本意。“重评选、轻内涵建设在中国世界地质公园单位或多或少存在。”

有专家认为，“黄牌”事件表明，地方政府不能光看地质公园的经济效益，更应注重“公共性”——科技的普及、文化价值的宣传等。这同样将对区域经济产生借鉴，城市的发展不能光靠经济来驱动，还要有文化等发展载体，并让民众成为城市发展的主人。

（六） 网友观点

针对“张家界等景区被联合国教科文组织黄牌警告”事件，网友从景区门票过高、监管缺失、景区管理、当地政府行为及对旅游业长远发展等几个方面发表观点。

1. 对景区门票过高继续吐槽

@嘻老公：实在是不懂为啥景区就要收门票？！风景不就是让人看的嘛！看的人多了，自然而然就会有消费，想穷都难，有差那么点儿钱吗？把人都拒之门外，带动个屁经济！

@永远的青阳：其实大自然的鬼斧神工和老祖宗遗留下来的其他文化一样，是应该免费的、沿承的，而不应该成为各种利益链的源头。这一点上中国的景点确实有很长的路要

走。

@夏嘉缦：如果物价局都说符合法规，那这样的法规又是谁定的？最让人费解的是居然还不是咱自己的监管部门起到了作用。这几年来 风景区门票已脱离实际，成为追逐商业利益的手段，呼吁景区门票价格早日回归合理范畴。

@影士：为了金钱！现在的旅游景点已经不是主人們的游玩儿之地了！有个破水沟子它就敢立个大门！收取天价的门票！天价的饮食！天价的住宿！天价的交通！要不是中国人多！这样的旅游品质早就让既得利益者做死了！

@深白 M：张家界的门票简直了，快赶上帝都 PM2.5 了。

@少玄 1230：应该除名，名山是全民的，现在成了某些人的摇钱树。

@阿冈：除名也好，票价就降下来了，中国 99%的景区从景观保护、自然科学知识普及、服务等等，都根本不配上联合国教科文组织的榜单。

2. 国家监管和法令不给力

@chdeae：因为国家法律法令就是摆设，所以不怕。但国外发出警告如果不听，就会有后续严厉打击、惩罚手段。国内官员就是法令，买通官员就不怕法院裁决。就是这么回事！

@李蓬：“洋大人”厉害！恭请“洋大人”调停解决中国著名景区逢节必涨价的问题！

@骚客岁月：为什么“乖乖认错”？是真正惧怕联合国的权威？可能有，但如果是这样，就不该有警告发生，真正害怕的恐怕是丢掉金字招牌，反断了钱路。这样的观念不改，整改也不会彻底，不会持久。应该感谢“洋大人”的警告，他们让我们至少知道，得过且过有时是忽悠不过去的，也知道了我们体制是有产生此弊的土壤的。

@弘毅 tp：这也表明国内监管缺位或监管不力啊。

3. 景区管理问题

@种菜东篱下：国内的申遗，就是一个纯粹的商业行为啊，他们该做的事不就是收钱么？上市公司嘛，保障股东的最大回报是神圣的责任哦。

@老仙菩提：张家界早该除名了！这么好的地方，破坏的令人痛心！

@尹木的背包：现在的景区大多是公司化管理，自负盈亏，人家不可能饿死自己。

@秦皇岛简单：中国景区在世界上申请到的任何名誉都是扯淡，都是为了敛财，没有一个是为了保护的。

@最后的武士-释德成：已经不是科普的目的，是敛财的手段！

@Radiophone 雷达风：在中国，没有一个景区不把经济创收放在第一位的。所有申报联合国什么文化遗产的举措，无不奔着提高票价搞创收而来，科教成了忽悠，这必然与联合国教科文组织的宗旨背道而驰，更有甚者，掌自己的嘴巴也不觉得羞愧。

4. 当地政府和旅游部门管理问题

@雅居小镇：当地的旅游局等部门，是靠这个来增收么？

@蓬莱仙岛 2012：这些景区的人，财，物都由政府支付，没政府的默许他们敢那么嚣张？俺咋不信呢。

@山野石榴居：自然资源是公共财产！怎能乱收费？！地方政府是乱收费之源！说一千道一万管住地方政府就能解决一切问题。

@微醉微醺：对于景区来说，这些认证全是涨价的幌子。

5. 对于旅游业长远发展的担忧

@稻草人弹吉他：现代旅游发展必须要把眼光放长远，不能为了眼前利益大肆扩张，而旅游资源一旦破坏所造成的后果将是盲目扩张所产生的收益也弥补不了的。

@老穆草堂：旅游作为服务行业，长期以来对人文和自然资源的过度侵占，已成为突出矛盾。在我国，旅游已发展为纯经济行为，社会效益几近被忽略！