

假日旅游复苏 市场平稳有序

国庆中秋假期旅游接待人次和收入按可比口径同比分别恢复79.0%和69.9%

□ 本报采访组

经中国旅游研究院(文化和旅游部数据中心)测算,国庆中秋假期,全国共接待国内游客6.37亿人次,按可比口径同比恢复79.0%;实现国内旅游收入4665.6亿元,按可比口径同比恢复69.9%。全国文化和旅游系统扎实开展好文化和旅游领域疫情防控、安全生产和市场秩序,丰富假日市场产品供给,优化公共服务,假日旅游市场复苏明显,有力拉动了消费,提振了经济。

市场复苏明显 有效拉动消费

这个假期,全国各地文化和旅游市场复苏明显,一些地方的游客接待人数和旅游收入甚至同比还有增长。北京接待游客998.2万人次,实现旅游总收入115.0亿元,同比分别增长8.4%、2.9%。福建省累计接待游客3928.45万人次,比去年同期增长5.5%;实现旅游收入340.88亿元,同比增长10.2%。湖北累计接待游客5228.59万人次,实现旅游综合收入348.29亿元,分别恢复到去年国庆假期的82.74%和72.26%。广东省累计接待游客4998.0万人次,同比恢复至81.2%;实现旅游总收入356.7亿元,同

比恢复至68.6%。丝绸古城敦煌累计接待游客超过40万人次,比上年同期增长11%以上,实现旅游收入4.3亿元,比上年同期增长15%。

以“旅游+”为驱动,假日经济有力拉动了消费。假日期间,北京重点监测的223家旅游景区营业收入同比大幅增长,市民文旅消费指数高于去年同期。在江西,餐饮购物、文化体验、灯光秀、文化演艺等产品受到游客偏爱,有力提振了当地经济。海南离岛免税新政红利在假日期间也加速释放,再次刷新消费“成绩单”——10月1日至5日,海口海关共监管海南离岛免税购物金额达5.3亿元,同比增长136.9%,免税店日均收入过亿元。在银川,第三届中国(宁夏)国际车展暨第十二届中国西部(银川)房车博览会7天销售总金额达9565.18万元,非遗展区和葡萄酒展区销售分别达到17万余元和1508.2万元。

市场秩序井然 旅游体验舒适

安全历来是假日旅游市场的重中之重。节前,文化和旅游部多次对假日市场、安全生产工作进行动员和部署。山西省太原市台骀山景区重大火灾事故发生后,文化和旅游部立即召开紧急

电视电话会议,对文化和旅游安全工作进行再部署、再推动、再落实,并派出7个工作组对重点地区进行检查指导。

山西、江西、湖北、福建、吉林、安徽等多地也成立检查组或专项工作组,督导强化防疫措施,开展旅游安全隐患排查整治,完善相关应急预案,全力保障假日文化和旅游市场安全有序。

北京通过实施分时预约和承载量精细化管理,严防文旅场所客流超载,同时加大旅游执法力度,出动旅游执法检查人员9451人次,对重点地区进行联合执法检查。在河南云台山,来自武警、公安、消防、卫生、市场监管等部门的工作人员和志愿者、云台山职工共计3000人,切实践行人人都是“安全员、服务员、保洁员、救护员、宣传员”的五员一体服务理念,全力保障旅游服务质量。因预计10月7日、8日北部湾海面风力增至8级以上,广西北海市假日办等相关部門统一行动、密切配合,10月6日一天之内安排涠洲岛2万多名游客有序撤离,打了一场漂亮的化解风险攻坚战。

各地运用高科技手段,通过预约、限流、导流等方式,提高服务水平,提升游客体验。长假期间,陕西省完善省内A级旅游景区门票预约管理制

这个黄金周让我们感受到了什么

□ 新华社记者 齐中熙

超过6亿人次出游、实现旅游收入4600多亿元、铁路单日发送旅客超1500万人次……伴随着这一组组数据,国庆中秋黄金周进入尾声。今年国庆中秋黄金周非比寻常:它是在我国应对新冠肺炎疫情付出巨大牺牲、取得重大战略成果背景下的一次全国范围内大流动,是对我国疫情防控水平的一次大检验,也是我国经济活力和消费潜力的一次充分展现,更让我们亲身感受到了中国人民家国一体的情怀和力量。

黄金周是一次大考。人们能享受到这一次长假的快乐,离不开中国在疫情防控方面下的功夫。截至9月底,我国已连续40多天无新增本土确诊和疑似病例报

度,推动“限量、预约、错峰”成为常态。海南各级文化和旅游部门积极宣传文明旅游理念,引导游客遵守疫情防控要求、安全警示和文明旅游规定,讲究卫生、理性消费、杜绝浪费,文明旅游蔚然成风。湖北有84支文旅志愿服务队,3000余名志愿者在景区为游客提供预约帮助、旅游咨询、秩序维护、安全提醒、疏导等服务,游客体验进一步提升。

产品业态丰富 玩法花样翻新

这个假期,各地精心策划了丰富多彩的“迎国庆”“庆中秋”文化和旅游活动,为人们提供了多样的出游选择。在湖南,红色旅游备受追捧,特色旅游热度不减,返乡游、家庭游、自驾游升温,文旅消费带动力进一步增强。在广西,3至5天的城市近郊游、自然生态旅游成为假期旅游选择热点,乡村休闲游、文化游、古镇游等产品成为热门。新疆维吾尔自治区文化和旅游厅推出的20条乡村休闲旅游精品线路,也吸引了不少游客。在四川,文化过节、休闲过节特点明显,成都国庆中秋喜乐游暨洛水风华汉服节、印象嘉陵江·百姓大舞台等活动,丰富了游客的假日文化旅游生活。(下转第2版)

二十国集团旅游部长视频会议 探讨旅游业复苏和可持续发展

本报讯(文旅)10月7日,二十国集团旅游部长视频会议举办。会议由沙特旅游大臣艾哈迈德·哈提卜主持,二十国集团各成员国及西班牙、约旦、新加坡等嘉宾国旅游主管部门负责人以及国际劳工组织总干事、经合组织副秘书长、联合国世界旅游组织秘书长、世界旅游理事会总裁兼首席执行官等出席并发言。会议围绕旅游业疫后复苏和发展进行了深入研讨。

中国文化和旅游部副部长张旭在发言中表示,新冠肺炎疫情给全球社会经济发展造成重大影响。中国政府高度重视,积极推进疫情防控和经济社会复工复产。受新冠肺炎疫情影响,中国旅游市场经历了团队旅游活动全面停滞、统筹疫情防控及有序复工、疫情防控常态化情境下国内旅游全面复业等三个阶段。中方愿继续与各国深化合作、分享经验,共

促行业繁荣发展。他提出以下倡议:政府等公共部门应继续发挥主导作用,统筹协调有效资源,优化旅游业营商环境;企业等私营部门应继续发挥主体作用,积极应对危机,开拓创新;国际组织应继续发挥智囊作用,为旅游业尽快复苏建言献策。

参会各国代表强调,各成员国应重视旅游业在经济发展中的重要地位,加强相互沟通和政策协调,加快旅游业疫后复苏,进一步发挥旅游业作用,使旅游业更具包容性、可持续性和韧性,为全球经济复苏和发展做出贡献。

会议通过了《二十国集团旅游部长会议公报》,承诺将共同应对新冠肺炎疫情挑战,在后疫情时代推动旅游业复苏;将旅游业对包容性和可持续发展的贡献最大化;促进安全和无缝旅游,进一步改善游客体验。

畅享抗疫成果 释放复苏信号 ——中国假日经济热潮令全球瞩目

□ 新华社记者 俞懋峰

十一黄金周历来是观察中国经济的重要窗口。新冠疫情防控常态化下的首个十一黄金周,中国消费市场明显复苏,旅游出行、餐饮购物、文化娱乐均呈现繁荣景象。海外观察人士和媒体指出,假日经济火热既体现抗击疫情斗争取得重大战略成果,也向世界传递了中国经济持续稳定复苏的清晰信号。

高效抗疫为黄金周保驾护航

中国成功控制疫情,是中国人得以在黄金周放心出行消费的大前提。彭博社评论,疫情在中国已基本得到控制,黄金周假期显示了中国对经济复苏和公共卫生措施的信心。

韩国现代经济研究院新兴市场部部长韩载振表示,中国在全球率先控制住疫情,取得令人瞩目的防疫成就。在疫情防控常态化环境下,促进假日经济能够充分释放居民消费活力。

疫情在全球重创多个行业,旅游业首当其冲。得益于对疫情的有效控制,黄金周在中国掀起旅游热潮。数据显示,10月1日至4日,中国共接待国内游客4.25亿人次,实现旅游收

入3120.2亿元人民币。“中国以惊人的速度回到接近正常状态。”《纽约时报》如此评价。德新社报道说,“今年全球旅游业预计将损失超过1万亿美元,而在中国旅行已经大致恢复正常”。

不少海外媒体将目光投向解封约半年后的武汉,感叹其恢复力之强。英国《泰晤士报》网站撰文说:“武汉体育中心重新开放首日的预约人数就达到了上限,购物街上熙熙攘攘,地标建筑黄鹤楼在夜晚上演绚丽的光影秀。”美国有线电视新闻网报道,黄鹤楼是黄金周最受追捧的景点之一。

消费畅旺传递经济复苏信号

黄金周期间,中国消费市场多点开花,民众消费加速向品质化、多样化、个性化发展,消费升级趋势明显。

海外媒体注意到,在中国各大旅游平台,注重私密性和安全性的自驾游或定制游等高品质旅游产品受到青睐。

“自驾游和1至6人规模的定制型小团体旅游是今年中国十一黄金周旅游市场的热门主题。”英国广播公司网站这样报道。

(下转第2版)

江西:亲子游兴起“中国风”

本报讯(记者 周晨)国庆中秋假期,不少游客带着孩子到江西体验传统文化的魅力,“中国风”成为亲子游的重要元素。

在景德镇古窑民俗博览区古代制瓷作坊,小游客们观看了非遗传承人展示拉坯、印坯、利坯等手工制瓷技艺。“拉坯是个手艺活,需要掌握一定的力度和技巧,师傅教得太棒啦!”来自内蒙古自治区乌兰察布市四子王旗的小朋友边体验边问师傅,什么时候能烧制好寄回家。

10月5日,15名“小画家”齐聚江西省美术馆,参加“画出心中最美的家乡——童心印赣鄱·稚子画家乡”公共教育活动。在老师的指导下,孩子们迫不及待地开始“创作”。不多时,一幅幅团扇手绘作品就诞生了。

自揭牌以来,江西省美术馆策划了多面向孩子的绘画展览活动,希望借此培养孩子们的观察力、记忆力、想象力和创造力,积极推动、引导少儿美术事业健康发展。

“原来姹紫嫣红开遍,似这般都付与断井颓垣……”南昌高新区图书馆推出的“图书馆奇妙夜”活动,吸引了众多游客。昆曲《牡丹亭》选段让游客们感受着中国戏曲的传统美,而用越剧唱腔演绎的流行歌曲《大鱼》,则吸引孩子们跟着台上的演员有模有样地学着武生的做派。

“图书馆奇妙夜”活动的相关负责人表示,“我们要把图书馆打造成‘居民大客厅,文化大课堂,生活会客室’,吸引更多人走进来感受中国传统文化的魅力。”

视觉新闻

高速「新景区」

10月8日,人们在沪宁高速公路苏州段的阳澄湖服务区休息购物。当日是国庆长假的最后一天,多地铁路、公路迎来客流返程高峰。阳澄湖服务区于2019年5月完成升级改造,通过大型水景等元素还原“诗画江南”意境,成为当地的“新景点”。

新华社记者 李博 摄



科技让旅游更美好

□ 本报采访组

国庆中秋假期,借助人工智能、虚拟现实等科技手段,全国各地推出了丰富多彩的线上线下活动和虚拟服务,沉浸式体验型旅游产品备受游客喜爱,数字文旅、高新科技正推动旅游产品不断创新,服务水平不断提升,管理更加高效。

科技助力 产品升级

科技让旅游更美好。国庆中秋假期,上海各博物馆推出的“云展览”“云活动”总浏览量超过10万人次。带着孩子欣赏《森林的四季》吕思清小提琴演奏会后,南京市民李女士感叹:“太久没有走进剧场、音乐厅了,没想到这场演出还运用科技手段,邀请海外乐团‘现场合奏’,令人耳目一新。”长假期间,2020年第六届南京森林音乐会在中山陵音乐台连续上演5天,即便是阴雨连绵,依旧场

场爆满。吸引游客的不仅有艺术家们精湛的技艺,更有创新的线上直播形式——南京森林音乐节与柏林森林音乐会、琉森音乐节、韦尔比耶音乐节等国际一流音乐节及享有“古典传奇”美誉的英国室内乐团艺术家们的“云合奏”。

国庆假期,西安大唐芙蓉园水舞光影秀《大唐追梦》成为游客追捧的项目之一。《大唐追梦》是集水幕、光影、歌舞、游船为一体的沉浸式演出,科技与文化的融合带领游客入梦长安,共赴大唐视听盛宴。

广东科学中心推出的“战疫——抗击新冠病毒”“广东科技支撑打赢科技防控阻击战”“病毒——人类的敌人还是朋友?”三大主题展,全面展示了科技战疫成效,让游客们加深了对疫情防控的认识。

“只需要安装一个软件就可以完成所有的旅行需求,真的太方便了!”长假期间,前往都江堰景区游玩的湖

南游客吴先生说,行前没做太多准备的他一到四川便听说都江堰景区因“满负荷”接待而暂停预约售票,“得知四川新推出了‘智游天府’平台,我便下载使用,没想到成功预约到了10月4日的门票。”

提升服务 优化体验

疫情防控常态化阶段,多家景区的智慧服务为游客提供了游前、游中、游后全方位旅游解决方案,进一步提升用户体验。

数据显示,长假期间,使用上海城市推广中心旗下“游上海”APP预约景区的游客超过30万人次,累计服务超过50万人次。

扫二维码、刷脸测温、进入园区……在三亚天涯海角游览区游客中心,简便的入园步骤受到游客赞许。三亚蜈支洲岛游览区的“排队预约系统”不仅可以实现一键预约购票入园,还能用来查询每个游玩项目的等待时

间。据该景区品牌策划主管陈宏介绍,景区还启用了智慧停车系统,并引进了近40台具有自动感应开门、垃圾压缩、溢出报警等功能的智能太阳能环保垃圾桶。

南京市民李先生说,他全家去无锡融创文旅城游玩,在高铁上提前用“A级景区游览舒适度指数”小程序做好功课,成功避开了高峰。假日期间,江苏省文化和旅游厅实时对外发布227家重点景区游览舒适度指数。该指数分为“舒适、较舒适、一般、较拥挤、拥挤”5级,并用不同颜色显示,公众通过微信小程序可以看到实时状态。

为了更好地对旅游风险做出预警,浙江结合公共信用、投诉执法数据建立了旅行社信用风险预警,共享气象、环境等数据建立了团队出游风险预警。“我要去的景区有没有拥挤风险?”“哪里将会有恶劣天气?”“这家旅行社究竟‘靠不靠谱’?”……这些游客关心的问题,通过浙江省文化和旅游厅打造的浙江文旅风险预警“一张图”,以及旅行社的“一团一档”、景区的“一景一档”,都能找到答案。

(下转第2版)