

观察

以数字化为核心提升文化和旅游公共服务

文化和旅游系统要充分利用当前的技术环境和条件,主动回应人民群众对文化和旅游公共服务的迫切需要,以技术创新和制度创新为主线,以数字化、市场化扩大社会服务供给规模,以网络化融合创新社会服务供给渠道,以智能化创新提高社会服务供给质量

□ 唐晓云

党的十九届五中全会审议通过的《中共中央关于制定国民经济和社会发展第十四个五年规划和二〇三五年远景目标的建议》(以下简称《建议》)开启了全面建设社会主义现代化国家新征程。《建议》明确提出,要加快推进服务业数字化,加强公益性、基础性服务业供给。繁荣发展文化事业和文化产业,提高国家文化软实力,促进满足人民文化需求和增强人民精神力量相统一,推进社会主义文化强国建设。

笔者认为,在新的历史时期,文化和旅游系统要充分利用当前的技术环境和条件,主动回应人民群众对文化和旅游公共服务的迫切需要,以技术创新和制度创新为主线,以数字化、市场化扩大社会服务供给规模,以网络化融合创新社会服务供给渠道,以智能化创新提高社会服务供给质量,为人民群众提供便利化、有品质、有温度的文化和旅游公共服务。

近年来,人民群众对文化和旅游消费的需求显著增长。中国旅游研究院(文化和旅游部数据中心)发布的《2019年上半年全国文化消费数据报告》显示,52%的调查对象认为“文化消费能提高人的生活质量和幸福感,比衣食住行更重要”。自2000年以

来,我国国内旅游人数年均增幅为11.6%,旅游收入年均增长达16.4%,远远高出同期我国GDP和社会消费品零售总额的平均增幅。在文化和旅游消费持续增长的情况下,图书馆、文化馆、博物馆、旅游咨询服务中心等文化和旅游社会服务的整体供给紧张状况显而易见。由于区域发展基础差异、人口流动频繁等原因,原有的社会服务供给模式和服务内容,已不能满足大众精神文化需求,且明显存在城市优于农村、发达地区高于落后地区、常住人口强于流动人口的问题。要使人民群众享有更加公平、便捷、高效的文化和旅游公共服务,需要创新方式方法、扩大有效供给。

我国在互联网、5G、人工智能等技术应用方面有国际领先优势,为文化和旅游领域的社会服务数字化、市场化发展提供了有力支撑。要利用互联网跨地域、在线化的特点,推进文化和旅游社会服务资源数字化、网络化、智能化、多元化发展。尤其是将博物馆、文化馆、艺术馆、旅游咨询中心等资源和产品有效融合,向农村延伸、向流动人口输送,既能有效扩大文化和旅游社会服务供给,使公众获得更加公平、高效、便捷的社会服务,还可以夯实文化和旅游数字经济发展基础,拓展经济发展空间,产生经济社会综合收益。

笔者认为,以数字化为核心提升文化和旅游领域社会服务能力,需要在以下几方面着力。

一是通过数字化、市场化扩大社会服务的供给规模。要确保人民群众普遍享有文化和旅游公共服务,首先必须形成一定规模的供给。要从数字化技术创新和市场化制度创新两方面做大“蛋糕”,加快社会服务资源数字化,扩大公共服务资源覆盖范围,包括通过示范引领和试点推进,鼓励发展数字图书馆、数字文化馆、虚拟博物馆。针对文化和旅游社会服务公益属性强、市场回报低等特点,放宽市场准入,通过引导资金推动各类要素有序进入,形成市场资金为主体、政府资金为辅助的合作共建模式,为扩大文化和旅游社会服务资源总量、充实服务内容、优化供给结构提供技术和市场基础。通过体系化人才培训和多元化组织建设,积极帮助文化和旅游企事业单位提升数字化认知,培养形成数字化思想,提高数字化服务能力。

二是以网络化融合创新社会服务的供给渠道。2019年,我国网民规模达到9.04亿,互联网普及率为64.5%,手机网民8.97亿。这为数字化社会服务资源和产品供给渠道创新提供了基础。顺应技术环境和条件变化,以网络化融合实现社会服务均衡普惠无疑

是可以尝试的路子。要针对城市和农村地区网络化水平差异,开展发达地区和欠发达地区社会在线对接,助力基本公共文化服务的普惠公平。要针对旅游消费场景社区化,深入推进线上线下文化和旅游服务的融合供给,推动旅游公共服务进社区,扩大线下社区化、散点状旅游服务。要鼓励各地文化和旅游服务平台与全国一体化在线政府服务平台对接,尤其鼓励建设区域一体化的公共卫生防控、安全救援等集成服务系统。

三是以智能化创新提高公共服务的供给质量。我国经济社会进入高质量发展阶段,要为人民提供有品质的文化和旅游社会服务,更好满足人民日益增长的美好生活需要。要鼓励企业挖掘数字技术的应用场景,创新文化和旅游公共服务,包括开展智能化交互式服务应用示范,支持智能终端、服务机器人、虚拟现实、增强现实及混合现实等技术,在景区、酒店、休闲街区、文博场馆等场所消费场景中的应用。要积极引导在线旅游企业、线上文化企业向公共服务领域延伸,开展面向游客需求的个性化、增值型收费服务。要拓展公共服务链条,带动数字创意、智慧旅游、智慧文化等新业态发展。

作者单位:中国旅游研究院(文化和旅游部数据中心)

适应出游变化要加快转变经营思路

新的出游方式呼唤新的旅游接待服务方式。如何适应旅游业发展趋势,进而加快转变经营思路及发展方式,是当前行业需要思考的问题

□ 侯满平

近年来,游客出游方式发生了重大变化,传统拉练式大团队统一出行的旅游方式正在悄然改变,而新冠肺炎疫情的发生正在倒逼旅游行业服务方式及经营方式产生更大变革。

随着经济社会加速发展,尤其是我国交通路网不断完善,人们出行更加便利。许多景区可自驾直达,游客出游有了更多选择。四通八达的高铁线路给游客出行提供了舒适便捷的体验。高铁改变了我国旅游业的区位空间结构,高铁线路的开通把一些原先未被熟知的美景及稀有的自然与文化资源呈现在人们眼前,有些景区因有高铁线路途经而获得了新生或更大发展机遇。值得关注的是,我国航空业越来越发达,国内许多中等城市都修建了机场,我国已开通国际航线八百多条,航空旅游成为普遍的出行方式,低空私人航空旅游开始升温。近期还推出了无目的的海上邮轮旅游,人们的旅游出行方式正在向多元化发展。

此外,随着社会全面进步及游客群体消费观念的成熟,现代游客更倾向于自由轻松、舒适健康的慢生活过程,一些新的出游方式受到青睐。疫情的发生改变了大群体团队出行的形式,人们报团出游更喜欢小团队。家庭或小团队的慢生活,重在欣赏过程与体会休闲慢生活,而不再是走马观花被动的赶路游,休闲度假游、乡村生活旅居游、沉浸式体验游及康养旅游越来越

受青睐。

未来旅游形式会多种多样,旅游行业变革势在必行,旅游业经营也必定会发生变革。旅游过程会变得更加便捷,旅游电子商务服务越来越发达,智慧旅游系统日趋完善,且新的花样不断翻新,游客能通过智慧旅游系统量身打造自己的旅游线路,包括自我设计线路、网上组团、网上选择导游等。近期流行的朋友圈或微信群中群友自行组团,相互介绍旅游感受并推介值得去游玩的旅游目的地,就是这一趋势的体现。

新的出游方式呼唤新的旅游接待服务方式。如何适应旅游业发展趋势,进而加快转变经营思路及发展方式,是当前旅游行业需要思考的问题。笔者认为,旅游行业可以在以下几方面着手:在现有接待设施及资源条件基础上,重新规划建设新的项目或调整原有的经营内容,突出地方文化特色,要有明确差异化的亮点项目。如提供康养服务产品,做保姆式接待,提供精细化旅居生活服务;以美食餐饮及健康旅居吸引人,提供乡村慢生活服务;项目设置要有创新,要有个性化的游览线路及观赏体验与文化艺术欣赏内容。

在游客接待数量减少的情形下,景区要融合智慧化与人性化服务以提升服务质量,增强游客满意度,深挖景区个性化、特色化、休闲生活化的经营项目,从而获得更好的综合效益,而不只是依靠门票收益。

声音

“应根据老年人特点,推出更具特色的项目,在路线安排、行车住宿等方面体现更多人文关怀”

——《人民日报》近日发表题为《让老年人更好享受旅游生活》的评论指出,现在市场上专门针对老年游客的旅游产品还不够丰富,商业模式比较单一,一些针对中老年游客的“低价团”等欺诈事件时有发生。如何摸准老年游客的需求脉搏,让老年人更好享受旅游生活,仍有不少问题亟待解决。在追逐“诗和远方”的同时享受品质生活,是许多老年人的愿望。希望相关部门和旅游企业不断提升旅游产品和服务的供给能力,完善基础设施,严格市场执法,帮助老年游客顺利实现出游愿望,在享受自然山水、感受人文景观的过程中不断提升获得感、幸福感、安全感。

“应该有更加细化的执行方案,同时根据执行情况,规定有针对性的惩罚办法,让强制休假真正能够更具强制效力”

——近日,深圳市第六届人大常委会第四十五次会议表决通过《深圳经济特区健康条例》,提出推行强制休

假制度。对此,《光明日报》发表评论指出,还应该看到,在保障劳工权益方面,只是提出强制休假还远远不够。这是因为,一方面深圳出台的《条例》内容相当广泛,劳动保护只是其中之一,也并没有细化的落地措施;另一方面,它虽对监督管理做了安排,但对不遵守相关规定的行为同样没有明确的惩罚方案,所谓强制休假其实不具备强制约束力。事实上,最近一两年,不少地区推出了2.5天弹性休假制度,其之所以受惠面有限,说到底是因为这项制度并不是强制安排,很难成为一种企业自觉遵守的制度安排。

“建设大型城市雕塑要理性决策,不能拍脑瓜追求大干快上”

——《南方日报》近日发表题为《“煞风景”的巨型城市雕塑该休矣》的评论指出,大型城市雕塑作为城市公共场所中的艺术品,是城市文化品位的集中反映,是城市精神风貌的重要标识。优秀的城市雕塑,会在营造公共环境、提升文化品位、塑造特色风貌等方面发挥积极作用,但“煞风景”的雕像,很可能适得其反。
(本版编辑 龚立仁 整理)

促进
保护
理念
转换
提升

杭州最近在西湖西溪一体化保护提升工作中提出“去景区化”理念。从“景区化”到“去景区化”,理念的转换提醒广大城市建设和治理者,环境整治不能只图旅游开发等眼前利益,人和自然不是简单利用、开发关系,而是和谐相处、共生共荣的关系,生产、生活、生态“三生融合”才是更高境界。

新华社发 勾建山 作



台儿庄古城:创新发展“非遗+”模式 满足美好生活需要

非物质文化遗产历经千百年风雨重新焕发勃勃生机,展现了人们对美以及美好事物的诉求。京杭大运河中心点上的历史文化名城台儿庄古城,致力于做好非物质文化遗产保护、传承、利用工作,创新“非遗+”景区发展新模式,加快推进文旅融合高质量发展,不断满足人民日益增长的美好生活需要。台儿庄古城景区被批准为“首个国家非物质文化遗产博览园”、入选“创造未来文化遗产”示范单位。

台儿庄古城深挖非遗文化内涵,做好“非遗+”文章,努力实现非遗文化创新。打造以非遗文化为引领的多元文旅新业态,实现了非物质文化遗产与物质文化遗产、非遗传播与教育功能、文化景观与文化空间、传统文化保护与合理利用有机结合,成为基层旅游企业因地制宜创新文旅发展新模式的生动地方实践。

“非遗+”景区 加速文旅产业融合发展

非物质文化遗产是中华民族古老的生命记忆和活态基因,体现了永不枯竭的智慧和精神。流淌千年的京杭大运河孕育出独具特色、丰富多彩的非遗文化。台儿庄古城着力打造非遗文化品牌,以“非遗+”为切入点,加速与区域文旅产业、文物、生态、交通等相关产业的深度融合发展,促进古城经济复苏与发展。

非遗文化作为中华优秀传统文化的精髓,展现的是人的故事和传统生活方式,是回归、传承传统文化的重要方式。“漫步江北水乡 寻梦古城台儿庄”作为融合了运河文化和非遗文化的案例,荣登“好客山东游品荟”旅游宣传推广经典案例名单。“景区在做好疫情防控的同时,发挥

民俗演艺、网红经济、餐饮美食等业态的带动作用,使景区人气持续升温,有效延长了游客停留时间,促进了消费。”山东省旅游行业协会会长王德刚说。

台儿庄古城旅游集团副总经理黄晓莉表示,“赏夜景、看非遗、品美食、逛酒吧”已经成为游客来古城旅游的“标配”。台儿庄古城通过打造非遗演艺活动以及坐落槽船欣赏古城美景、体验博物馆之夜等一系列特色体验项目,不断激活古城经济活力。

融合创新 激活景区内生动力

非遗文化博大精深,以“创造性转换与创新性发展”为指导,依托台儿庄古城进行转化发展,提升文化旅游消费水平,让传统文化丰盈之

景区更具时尚活力,让旅游产品和文化内涵更加形象、生动、丰富,可观、可感、可触。台儿庄古城借助这一有效途径和载体,主要从“非遗+演艺”“非遗+节庆”“非遗+营销”三个方面对中华优秀传统文化进行深度挖掘,让游客和当地居民对非遗文化更加了解并乐于接受。

“非遗+演艺”让传统文化再现非遗魅力。演艺项目突出台儿庄地方特色,使其更加有创意性、生命力。山东省级非遗鲁南花鼓植根《乾隆巡游台儿庄》,作为歌载舞,以打击乐为主、场外擂鼓者为总指挥的秧歌群舞,在地方秧歌舞中别具一格。欢快的舞蹈配以打鼓、舞扇等动作,融合了鲁南男子特有的粗犷、威严,运河儿女的泼辣、柔美,表演风格幽默、风趣,但又不失优美、流畅、细腻,深得广大游客喜爱。日前,“齐风鲁韵——鲁风运河非遗之

旅”已入选全国12条非遗主题旅游线路。

“非遗+节庆”让传统文化点燃游客热情和活力。以大运河流域代表性非遗为主,如火龙钢花、舞狮、竹马会,结合重要节庆时间节点,如在春节、中秋节、十一等假日期间举办“非遗+旅游”融合活动,以弘扬中华优秀传统文化。2019年春节大庙会期间,“火龙钢花”数次登上央视,台儿庄古城因此走入人们的视野,游客在台儿庄欢度春节,体验了原汁原味的中国年场景和久违的年节味道。

“非遗+营销”扩大非遗文化影响力。举办品牌非遗传承活动也是一种文化上的营销,以“传统文化创造未来”为宗旨,联合大运河沿线城市做好非遗文化的传承、保护、创新,不断壮大非遗力量。对于增进大运河流域文化交流,促进运河沿

线非物质文化遗产的保护和传承有着积极作用,也为深化运河沿线城市间的交流和合作提供了更广阔的平台。

“今年十一期间,台儿庄古城共接待游客45.6万人次,恢复至去年同期水平的八成多。目前游客量增长较快,展现了良好的复苏态势。‘非遗+’景区的发展新模式所展现出的勃勃生机,更加坚定了我们走深化文旅融合高质量发展之路,将台儿庄打造成精品景区。”台儿庄古城旅游集团董事长王玉珏说。

“作为‘非遗+’促进文旅融合高质量发展的典型案例,期待台儿庄古城景区继往开来、不断创新,用心服务游客,以负责任的态度开发出更多非遗与旅游深度融合的产品,提升品牌影响力和美誉度。”中国传媒大学教授贾旭东说。

(时培京 及美芳)