

时评

以高质量供给满足文化和旅游市场需求

围绕促进形成强大国内文化和旅游市场,要坚持扩大内需这个战略基点,既立足当前又着眼长远,既补齐短板又锻造长板,从供给端产业结构转型升级和需求端内需扩大双侧发力

□ 特约评论员 王红彦

日前召开的2020年中央经济工作会议,总结2020年经济工作,深刻分析国内外经济形势,提出2021年经济工作总体要求和重点任务,为全国文化和旅游系统做好明年工作、“十四五”开好局提供了重要遵循,为推动文化和旅游业全面恢复和高质量发展进一步指明了方向,对持续推进社会主义文化强国和世界旅游强国建设新征程具有重要意义。

贯彻落实中央经济工作会议精神,全国文化和旅游系统需要紧密结合工作实际,不断深化对在严峻挑战下做好经济工作的“五个根本”规律性认识,进一步提高做好新阶段新征程文化和旅游工作的能力水平;要准确把握中央对当前形势的分析判断,充分认清文化事业、文化产业和旅游业在党和国家全局中的地位,找准工作方位定位,更好服务大局、支撑全局;要准确把握中央对明年经济工作“八项重点任务”的部署要求,更好谋划明年及“十四五”文化和旅游发展。

我国文化和旅游业已由高速增长

阶段转向高质量发展阶段,人民群众日益增长的美好文化和旅游生活需要也在发生变化,文化和旅游国内市场庞大,消费潜力巨大。今年中央经济工作会议提出“注重需求侧管理”,与12月11日中央政治局会议提出的“注重需求侧改革”相呼应。笔者认为,围绕促进形成强大国内文化和旅游市场,要坚持扩大内需这个战略基点,既立足当前又着眼长远,既补齐短板又锻造长板,从供给端产业结构转型升级和需求端内需扩大双侧发力。

第一,要不断优化产品结构。把满足人民日益增长的美好生活需要作为出发点和立足点,积极适应人民群众多样化、多层次、多方面的文化和旅游需求,坚持标准化与个性化相统一,优化文化和旅游公共设施布局,优化文化和旅游产品结构,推出更多深受人民群众喜爱的文化产品和旅游产品。进一步推动带薪休假制度落实,为广大人民群众错峰出游和常态化出游营造良好政策环境。

第二,要持续丰富产品供给。统筹推进文化和旅游供给侧结构性改革和需求侧改革,推动传统业态转型

升级、提质增效,培育新业态、新产品、新模式,不断提高供给能力和供给水平,提高人民群众的消费意愿。坚持精益求精,加快集聚发展和创新发展,着力打造文化旅游精品。尊重文化和旅游企业主体地位,做强市场主体,营造宽松、健康的经营投资环境,拓宽投资空间,激发市场活力。

第三,要加快发展智慧旅游。把握新型基础设施建设和数字经济建设机遇,完善文化和旅游信息基础设施,提升产品服务、企业治理等智慧化水平,让广大游客出游更加便捷。推动信息技术革命的成果应用,深化“互联网+旅游”,推动“旅游+”“科技+”相互赋能,推动旅游领域的数字化、网络化、智能化发展,培育云旅游等新业态新模式。加快建设智慧景区,推进预约、限流、错峰常态化,提高管理效率。

第四,要促进文旅深度融合。坚持以文塑旅、以旅彰文,推动文化和旅游各领域、多方位、全链条深度融合,着力建设一批富有文化底蕴的世界级旅游景区和度假区,切实打造一批文化特色鲜明的国家级旅游休闲区

市和街区。大力推动旅游与农业、工业、科技、教育、体育等领域的融合发展,催生新业态,衍生产业链,创造新价值,形成更多新的消费增长点 and 增长点。

第五,要提升市场治理效能。把强化治理、提升质量作为重中之重,加快构建文化和旅游市场治理体系,着力提升市场治理效能。建起一套与文化和旅游高质量发展相适应的政策法规及评价标准、规范。创新文化和旅游监管机制,构建服务质量标准体系和第三方质量评价体系。加快文化和旅游行业信任体系建设,健全投诉处理和服务质量监督机制,严厉打击侵害游客利益的违法行为。持续加大执法力度,营造规范有序、安全文明的文化和旅游市场环境,让人民群众舒心旅游、放心消费。

2021年是我国现代化建设进程中具有特殊重要性的一年。全国文化和旅游行业要认真贯彻落实中央经济工作会议精神,统筹谋划好“十四五”及2021年的工作思路和重大举措,积极主动作为,勇于担当有为,以优异成绩迎接党的百年华诞。



反食品浪费法要来了

据报道,近日举行的十三届全国人大常委会第二十四次会议审议了反食品浪费法草案,草案共32条,主要针对群众反映强烈的突出问题,以餐饮环节为切入点,聚焦食品消费、销售环节反浪费、促节约、严管控,同时注重处理好与正在起草的粮食安全保障法等有关法律的关系,对减少粮食、食品生产加工、储存运输等环节浪费作出原则性规定。

人民视觉 供图

来论

培养五好讲解员 树立行业标杆

□ 胡蔚

近日,文化和旅游部主办的全国红色旅游五好讲解员培养项目正式启动,旨在培养一批“政治思想好、知识储备好、讲解服务好、示范带头好、社会影响好”的五好讲解员。

红色旅游主要是以中国共产党领导人民在革命和战争时期建树丰功伟绩所形成的纪念地、标志物为载体,以其所承载的革命历史、革命事迹和革命精神为内涵,组织接待旅游者开展缅怀学习、参观游览的主题性旅游活动。近年来,红色旅游蓬勃发展,2019年全国红色旅游接待人数达到

14.1亿人次,成为旅游产业的重要组成部分,焕发出强劲的生机活力。

与其他旅游业态不同,红色旅游不仅是一个旅游产品,更是一项文化工程,核心是进行红色教育、传承红色基因,让人们在旅游过程中接受红色精神洗礼,承载着塑造社会价值观、树立坚定理想信念、增强文化自信和民族自豪的特殊功能,具有重要的政治、文化、经济等多重意义。

随着时代的发展,红色旅游内涵不断丰富,不仅包含体现中国人民反抗外来侵略的历史文化遗产,也注重对中国人民艰苦奋斗、改革开放的时代精神的体现,不断塑造中国人的精

神高地。

发展红色旅游,一方面,要抓好硬件建设,不断挖掘新内涵,设计新产品、挖掘新模式。另一方面,要在软件上下功夫,重视讲解员队伍建设,加大人才培养力度,把更多优秀专业人才吸引到红色旅游产业中来,为红色旅游持续发展增后劲、蓄能量,推动红色旅游不断提质增效,让红色精神财富和宝贵资源得到更有效的开发、利用和保护。

随着红色旅游的蓬勃发展,新的红色旅游景区、场馆、产品不断推陈出新,需要大力培养优秀的红色旅游讲解员,通过他们的讲述和传播,将

红色旅游的深邃内涵和巨大价值以更易于理解的方式,向观众和游客进行展现,更大程度发挥好红色旅游的教育、传承作用。

目前有的红色教育基地对红色资源研究不足,好资源难以讲出好故事,一些地方建有高标准纪念碑和陈列馆,但讲解员只能背诵墙上的解说词,一旦参观者问得深入点,讲解员就解释不清缘由。

因此,培养五好讲解员对于提升红色旅游讲解服务水平,促进红色旅游高质量发展非常及时和必要。要让五好讲解员成为红色基因的坚定传承者、红色故事的精彩讲述者、红色精神的生动诠释者、红色文化的忠实传播者、红色风尚的有力引领者,树立起行业标杆。

客专程到“网红”服务区游玩,服务区从旅游中转站变成了“打卡”景点,直接提升了服务区的市场价值。可见,转型升级后的高速服务区,称得上是“有文化、有创意、有颜值”,契合市场的需求,为各地服务区转型提供了一条新的思路。

当前,我国高速公路里程位居世界第一,但经营收入模式单一,对高速收费的依赖太大。服务区虽然遍布路网,但经营水平低,创收能力有限,急需探索盈利模式。

江苏“网红”服务区适应消费升级的做法为其他省市服务区转型升级提供了经验。各地可因地制宜,在特色文化上做文章,兼顾社会效益和经济效益,真正让服务区成为一个多功能的服务和消费场所。

观察

适应消费升级新趋势 推动旅游业变革与迭代

经历疫情冲击的旅游业,其复苏不仅仅是传统产品的恢复,也不是为了回到过去,而是要顺应人们对新消费理念、新消费需求、新消费产品的期许

□ 王昆欣

中国旅游研究院、携程旅游日前联合发布的《2020国内旅游复兴大数据报告》显示,依托国内超级大市场,中国旅游市场加速复兴,一系列新型优质的中高端度假产品、主题玩法引领旅游市场恢复增长。

中国游客的新需求正在积聚,登山、滑雪、潜水等主题旅游兴起,私家团和精致小团需求激增,自驾游成为生活方式,景区消费从门票转向多种玩乐体验。这些新变化充分表明,经历疫情冲击的旅游业,其复苏不仅仅是传统产品的恢复,也不是为了回到过去,而是要顺应人们对新消费理念、新消费需求、新消费产品的期许。

年轻化、个性化、品质化出行,渐渐成为旅游消费新需求。比如在旅游出行方式上,租车、自驾、房车等以往小众的出行方式开始渐渐被大众所接受,尤其在周边游、短途游产品中;在旅游组团形式上,私家团、自组团、小型团等因其安全性、私密性高等特点,越来越受到顾客青睐;旅游咨询的传播渠道,不再是以简单的网页宣传为主,更不是以传统的宣传单、报纸等为主,而是通过微信、抖音等各类新媒体和携程等大型旅游电商、美团等综合性网络购物平台等为主,并集中于“618”“双11”“双12”等时段。这些变化将对企业经营行为产生深远影响,最终引发产业变革。

新消费理念推动旅游企业转型。近年来,随着经济社会发展,人们对旅游品质有了更高要求。一些旅游企业关注到了这一趋势,积极探索供给侧结构性改革,主动融合多种产业,调整产品结构,并推出了一些新型的旅游产品,比如一站式消费或一价全包式消费。疫情的发生使得人们更为关注旅游产品和服务的安全性,这也使得这些新型旅游产品凭借其较高的安全性快速转型升级,以适应市场需求,并取得良好的经济效益。如开元旅业集团引入欧洲流行的短期度假生活方式,创新研发“酒店+乐园”一站式休闲度假综合体——开元森泊度假乐园,面对疫情黑天鹅,今年仅用4个月时间就追平了去年7个月的营收。与此同时,户外、自然、摄影、人文等休闲类主题产品也纷纷亮相,成为新的市场热点。

新消费理念推动旅游企业转型。近年来,随着经济社会发展,人们对旅游品质有了更高要求。一些旅游企业关注到了这一趋势,积极探索供给侧结构性改革,主动融合多种产业,调整产品结构,并推出了一些新型的旅游产品,比如一站式消费或一价全包式消费。疫情的发生使得人们更为关注旅游产品和服务的安全性,这也使得这些新型旅游产品凭借其较高的安全性快速转型升级,以适应市场需求,并取得良好的经济效益。如开元旅业集团引入欧洲流行的短期度假生活方式,创新研发“酒店+乐园”一站式休闲度假综合体——开元森泊度假乐园,面对疫情黑天鹅,今年仅用4个月时间就追平了去年7个月的营收。与此同时,户外、自然、摄影、人文等休闲类主题产品也纷纷亮相,成为新的市场热点。

新消费理念推动旅游企业转型。近年来,随着经济社会发展,人们对旅游品质有了更高要求。一些旅游企业关注到了这一趋势,积极探索供给侧结构性改革,主动融合多种产业,调整产品结构,并推出了一些新型的旅游产品,比如一站式消费或一价全包式消费。疫情的发生使得人们更为关注旅游产品和服务的安全性,这也使得这些新型旅游产品凭借其较高的安全性快速转型升级,以适应市场需求,并取得良好的经济效益。如开元旅业集团引入欧洲流行的短期度假生活方式,创新研发“酒店+乐园”一站式休闲度假综合体——开元森泊度假乐园,面对疫情黑天鹅,今年仅用4个月时间就追平了去年7个月的营收。与此同时,户外、自然、摄影、人文等休闲类主题产品也纷纷亮相,成为新的市场热点。

让非遗更好融入百姓生活

非遗保护必须立足于现实,结合实际加以创新,使先进文化不断丰富和发展,让非遗服务于社会主义道德建设,使其代表人民群众的共同利益,并为人民群众所接受和喜爱

□ 刘天放

近日,我国单独申报的“太极拳”、我国与马来西亚联合申报的“送王船——有关人与海洋可持续联系的仪式及相关实践”两个项目,列入联合国教科文组织人类非物质文化遗产代表作名录。此前,中国书法、二十四节气、京剧等也都列入联合国教科文组织非物质文化遗产名录(册)。目前,我国共42个项目列入该名录(册),数量位居世界第一。

非物质文化遗产是世界各民族在与大自然的相互融合过程中所产生的传统文化和传统知识不断传承、创新和积淀的成果,是一个民族的生命记忆和文化基因,也是一个国家和地区文化精神的精华存留。而太极拳和送王船成功申遗,表明我国非遗项目继续显示出强大实力,继续领跑世界。

非遗对中华民族精神的构建有着潜移默化的作用。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》提出,传承弘扬中华优秀传统文化,加强文物古籍保护、研究、利用,强化重要文

化和自然遗产、非物质文化遗产系统性保护,加强各民族优秀传统文化手工艺保护和传承。

而要让非遗得到与时俱进地保护和传承,就必须使其更贴近生活,融入寻常百姓的日常生活。非遗传承的方式多种多样,而“非遗即生活”就是最好的传承方式。让非物质文化遗产在生活中再现,就能令其魅力无穷,使人们生出对传统文化的自豪感。

我国非物质文化遗产资源丰富,涉及传统技艺、民俗、曲艺、民间文学等方面。对此,整合历史文化资源,建立传承基地有利于非遗保护与传承。保护非物质文化遗产,必须立足于现实,结合实际加以创新,使先进文化不断丰富和发展,让非遗服务于社会主义道德建设,使其代表人民群众的共同利益,并为人民群众所接受和喜爱。

非物质文化遗产是增强民族身份感和认同感的“引航灯”、社会和谐“助推器”、国家发展的“软实力”、促进民族团结的“压舱石”,体现着民族精神。因此,相关部门要积极引导大众更多地参与到非物质文化遗产保护、传承、弘扬过程中,让非遗更好融入寻常百姓生活。