

时评

文化和旅游行业要在“智慧助老”上下工夫

实施“智慧助老”行动是文化和旅游行业积极应对人口老龄化、落实以人民为中心发展思想的重要举措,文化和旅游行业要加快行动起来,制定并实施帮助老年群体跨越数字鸿沟的应对策略

□ 特约评论员 张苗英

为贯彻落实国务院办公厅《关于切实解决老年人运用智能技术困难的实施方案》,文化和旅游部办公厅和国家文物局办公厅日前印发《关于落实<关于切实解决老年人运用智能技术困难的实施方案>的通知》(以下简称《通知》)。《通知》提出集中力量推动文化场馆和旅游景区做好整改工作,通过保留传统预约方式、允许他人代为预约、保留一定免预约名额、保留传统登记方式、提供人工帮扶、做好信息引导等措施,确保各项传统服务兜底保障到位,解决老年人因运用智能技术困难不能进入文化场馆和旅游景区的问题。

习近平总书记在中政治局第三十二次集体学习时强调,满足数量庞大的老年群众多方面需求、妥善解决人口老龄化带来的社会问题,事关国家发展全局,事关百姓福祉,需要我们下大气力来应对。党的十九届五中全会审议通过的《中共中央关于制定“十四五”规划和二〇三五年远景目标的建议》提出实施积极应对人口老龄化国家战略。切实帮助老年人

跨越“数字鸿沟”,更好满足老年群体文化和旅游消费需要成为文化和旅游行业重要的任务。文化和旅游行业应积极主动作为,为切实解决老年人运用智能技术困难作出实实在在的努力。

相关统计显示,截至2019年底,我国60岁及以上老年人口已经达到2.54亿,占总人口的18.1%。“十四五”期间,我国老年人口将突破3亿。把老年人作为文化和旅游业发展中重要群体与目标顾客,实施“智慧助老”行动是文化和旅游行业积极应对人口老龄化、落实以人民为中心发展思想的重要举措,文化和旅游行业要加快行动起来,制定并实施帮助老年群体跨越数字鸿沟的应对策略。

第一,各地政府要通过制定细则与采取激励措施进行积极引导。首先,对公共文化机构、文化和旅游类企业进行引导,促使这些机构与企业提供更多适老化智能产品和服务,激励立足老年群体的文化和旅游、文物领域智能应用开发,推动老年人在文化和旅游、文物领域享受智能化服务的水平与便捷程度。其次,针对老年群体进行智能文化和旅游消费的引

导,推动各级公共文化机构推出简单易学的智慧旅游培训课程、使用指南,创建更多老年群体学习智能技术的场所,帮助老年人跨越掌握智能技术的生理、心理以及知识方面的障碍。再次,主管部门要完善智慧旅游相关法律法规及标准。制定相关法律法规及标准时,必须考虑老年人权益。帮助老年群体跨越智慧旅游的“数字鸿沟”,厘清不同管理部门职能协调、资源配置以及行业标准中老年人权益缺失位等问题。

第二,景区应采取措施,线上线下服务整合协调,消除老年群体面临的智慧旅游障碍。首先,景区智能设备要易于识别并方便操作。有的景区制作供游客扫描的二维码,没有考虑老年游客的视力条件,二维码不是太小就是放置位置不显眼。智能设备不能一味追求高大上,要把方便操作作为前提。其次,适当保留传统预约方式以及免预约名额。目前景区预约方式多样,有人工方式预约、小程序预约、微信公众号预约、网站预约、电话预约等。按照《通知》要求,需智能化服务与传统方式并行,包括保留人工窗口、电话专线以及传统登记方

式,同时需要保留免预约与代预约以方便老年群体。再次,加强对老年游客的服务。景区需要重视有针对性的人工帮扶与信息引导。如开辟专门服务老年人的绿色通道,制定适合老年人阅读的操作指南。在入口处设置扶老助残公益岗,安排工作人员或志愿者开展流动服务,帮助老年人等运用智能技术困难人群进行健康码、预约码、购票信息等查询操作以及文化场馆和旅游景区内部导游问题。

第三,智能旅游产品及应用开发要兼顾老年群体的需要与使用习惯。要对旅游市场战略、智慧旅游产品开发以及智能旅游APP设计理念进行调整,增加老年群体的体验感、满足感和信任感,实现老年群体这个互联网+旅游的重要细分市场。在老年群体不断追求旅游产品品质、扩大享受型消费趋势下,注重开发适老智慧旅游产品、旅游平台以及应用。如开发与推广适老智能化文化和旅游终端产品,对已有产品与服务进行适老化改造;完善智慧旅游平台,使其更便于老年人获取信息和服务;开发适老智能应用,实现简单亲民与无障碍,从而赢得更多老年人的信任。

观察

加大海丝文化传播力度 丰富海丝旅游文化内涵

要加大海丝文化传播力度,丰富海丝旅游发展的文化内涵,加快海丝沿线旅游企业主体建设,积极探索海丝旅游发展的新领域和旅游消费的新潮流

□ 李慧芸

“21世纪海上丝绸之路”建设是中国扩大对外开放格局、建立全球贸易合作伙伴关系的重要实践,更是一条重要的人文交流之路。在“21世纪海上丝绸之路”建设中,相关各方通过旅游资源开展合作,深化客源互动和文化交流是大势所趋。

近年来,随着海丝沿线国家和地区文化、旅游交往日益深入,海丝旅游取得了丰硕成果。充分了解海丝旅游需求、海丝旅游现状,有助于为海丝旅游发展方向提供指导。

海上丝绸之路旅游优势突出,游客认同度高。国内海丝沿线城市多为区域经济发展城市,沿线城市景区、自然保护区、历史遗迹数量众多,具有发展文化和旅游的重要资源基础。中国旅游大数据政企数据调研平台专项调查显示,超七成(73.7%)以上的受访者非常了解海上丝绸之路的重要意义,99%左右的受访者认同“旅游是促进海丝沿线合作和发展的主要内容”,76.2%的受访者认为海丝旅游综合实力较强、文化特色鲜明,86.2%的受访者认为海丝旅游城市的历史古迹和文化保护状况令人比较满意。

海上丝绸之路旅游热度高,旅游需求旺盛。专项调查显示,高达97.70%的受访者表示希望去海丝沿线城市旅游。其中,受访者对国内海丝旅游的期盼程度超过国外海丝旅游,64.20%的受访者的旅游意向为国内游,29.80%的受访者的旅游意向为出境游,强大市场驱动着海丝旅游新发展格局。

海丝文化期盼度高,文化体验选项居于首位。在漫长的历史长河中,我国先辈们的对外贸易往来、生产生活印记、宗教信仰等活动留下丰富的海上丝绸之路文化。今天,游客仍然对这些丰富的文化遗产有着浓厚兴趣。专项调查显示,96.14%的游客希望了解海丝文化。其中,23.50%的游客选择海洋文化,20.57%的游客选择民风民俗,16.00%的游客选择瓷器文化。在众多海丝旅游目的地类型中,历史建筑、山水

风光、博物馆是排名前三的热门的旅游目的地。历史建筑占比超越山水风光,位列首位,且博物馆的选择次数基本与山水风光持平,表明游客对海丝旅游所蕴藏的历史文化兴趣正在逐渐超越自然景观。温泉、自驾、亲子游都是海上丝绸之路沿线城市的热门搜索关键词,古镇、骑楼、博物馆和美食等也是游客关心的内容。

我国海丝旅游市场基础好,游客认同度高,为进一步贯彻新发展理念、推动高质量发展、加快构建新发展格局,要加大海丝文化传播力度,丰富海丝旅游发展的文化内涵,加快海丝沿线旅游企业主体建设,积极探索海丝旅游发展的新领域和旅游消费的新潮流。

加强基础设施建设,完善旅游配套服务。进一步完善交通设施建设,加速推进国内海丝沿线城市航线全覆盖,推进铁路、高速公路等大交通基础设施建设,优化内部交通,增强景区景点可达性。有效提升旅游智慧化服务水平、加强旅游服务标准化建设,提升旅游配套服务。运用大数据等互联网技术推动旅游市场监管向信息化、智能化方向发展,为游客营造安全舒适的旅游环境。

凝练内涵增强体验,打造海丝旅游品牌。要挖掘目的地旅游资源所蕴含的历史文化,营造时空代入感,将海丝旅游资源与现代科技结合,向游客展示更为生动形象的海丝文化,增强游客文化体验。要以海丝旅游资源为核心,以海丝文化为主题,开发具有当地特色的海丝旅游产品,全力培植本地化的海丝文化旅游品牌。要将海丝旅游与会展旅游、研学旅游等旅游形式相结合,积极拓展海丝旅游发展新领域,打造海丝旅游消费新潮流。

创新宣传营销模式,塑造海丝旅游形象。整合营销,以目的地较为知名的品牌为核心,利用品牌的影响力塑造海上丝绸之路重要节点的旅游形象。要将传统媒体与新媒体结合,实现营销手段多元化,不断扩大海丝旅游影响力。

(作者单位:中国旅游研究院)

来论

场景创新政策引导 有效激活消费潜能

通过恰当的消费场景创新、消费政策引导,能够让社会消费热情得到释放,形成对内需、经济增长的强力支撑

□ 吴学安

北京市商务局日前发布的统计数据显,持续半年的北京消费季圆满收官,累计发放餐饮购物消费券、智能产品消费券和餐饮外卖消费券3900万张,实现销售额135.2亿元,拉动杠杆14.8倍。

随着被疫情抑制和冻结的消费热情逐步释放,各地不失时机推出了提振消费的举措。此次北京消费季力度空前,意义非凡,对扩大内需、提振居民消费、促进经济复苏产生了明显的撬动效用。

启动消费季,不仅可以促进消费回暖,还有效激发了市场主体活力。突如其来的新冠肺炎疫情对经济社会产生巨大冲击,不少企业经营困难,中小微企业应对风险能力较弱,更面临着前所未有的压力。

疫情之下,扩内需无疑是拉动经济增长的重中之重。这主要体现为两大着力方向。一方面,通过政策引导居民放下消费顾虑,释放积极的消费意愿。另一方面,则体现在创造消费新热点、激发消费新增量上。

启动消费季,带回了城市的“烟火气”,帮助企业特别是中小微企业恢复了往日生机。从全国范围看,北京的

治理体系和治理能力较为先进,在经济转向高质量发展阶段的过程中,不断完善以社会保障体系为代表的兜底制度,进一步提升对于重点人群的扶持力度,形成政府保障、个人努力的氛围,可以减少一定的消费顾虑。同时,要持续推进商业网点规划、商品市场升级改造等工作,加快打破制约居民消费潜力释放的消费环境短板。

毋庸置疑,促进消费是加快形成以国内大循环为主体、国内国际双循环相互促进的新发展格局的重要“棋子”。北京市在严格落实疫情防控措施前提下,按照“政府搭台、企业唱戏、全民参与”模式,以首都丰富的商旅文资源为依托,消费季期间举办了首届网红打卡地评选、网红打卡地拔草行动、畅游京郊等主题活动,特别是各式各样的美食节,为消费市场全面复苏注入了新活力。

启动消费季的一个重要作用,就是保市场主体并激发市场主体活力,既要全方位提振内需,也要做到有序释放消费活力。

事实证明,老百姓的消费意愿是强烈的,通过恰当的消费场景创新、消费政策引导,能够让社会消费热情得到释放,形成对内需、经济增长的强力支撑。

福建倡导就地过春节

近日,福建省总工会向全省广大职工发出倡议书,倡导在福建工作的外省籍职工积极配合新冠肺炎疫情防控工作,尽量留在工作地过年,非必要不离开。同时,福建省各级工会积极协调当地有关部门,向职工公布本辖区的景区景点和优惠政策。鼓励和支持有条件的用人单位组织留闽过年的外省籍职工及家属开展一日游、古城游、乡村游。

人民视觉供图



“三下乡”要“走实走心”“常下常新”

要开展有针对性的送理论、送文明、送服务、送人才活动,以人民群众喜闻乐见的方式,把文化科技卫生知识送到农民心中

□ 胡蔚

为深入学习贯彻党的十九届五中全会精神,进一步动员社会各方力量积极参与新时代“三农”工作,近日,中央宣传部会同中央文明办、国家发展和改革委员会、教育部、文化和旅游部、国家卫健委等部门印发通知,对2021年文化科技卫生“三下乡”活动开展安排部署。

“三下乡”活动开展25年来,内容日益丰富,渠道持续拓展,形式不断创新,是一项提高农民思想道德和科

学文化素质、助力脱贫攻坚的跨世纪民心工程,深受农民群众欢迎。全面建设社会主义现代化国家、进军第二个百年奋斗目标,离不开广大群众的精诚团结、同心戮力,“三下乡”活动要充分发挥好暖民心聚民智汇民力的作用,激发人民群众投身新生活新奋斗的昂扬风貌。

“三下乡”要走实走心。开展“三下乡”活动是为了帮助群众、服务群众,所以“三下乡”一定要倾听群众需求、满足群众需要,了解群众的期盼点、需求点在哪。要开展有针对性的送理

论、送文明、送服务、送人才活动,以人民群众喜闻乐见的方式,把文化科技卫生知识送到农民心中,让他们有实实在在的收获。要立足于服务乡村振兴的定位,找准“三下乡”与“三农”的紧密结合点,把“三下乡”与乡村振兴紧密衔接起来,拓展新时代文明实践中心建设,广泛开展群众性文化活动、乡村振兴农民科学素质提升行动和健康促进行动,面向农民经常性开展知识技能培训,让“三下乡”发活动挥更大实效、汇聚更大力量。

“三下乡”要常下常新。“三下乡”

让网上文化为春节假期添彩

各地相关部门要组织丰富多彩的网上文化活动,让人们在春节假期也能实现“网络幸福年”“网络文化年”“网络快乐年”

□ 郭元鹏

刚刚过去的元旦假期,各地在切实做好常态化疫情防控的前提下举办了丰富多彩的文化活动。线上听一场音乐会、网上收看跨年晚会……充足便捷的公共服务让人们的选择更多样,节日文化味更浓。

地方线上文化活动丰富多彩,国家层面上更是精彩纷呈。元旦假期,

2021国家大剧院新年音乐会在线上举办,国家大剧院音乐艺术总监吕嘉率领国家大剧院管弦乐团、合唱团,以管弦乐、器乐协奏、合唱、民乐、声乐及朗诵等多种舞台形式演绎了经典名篇。虽然现场观众少了,但网上观众多了,也没有因为线下活动减少而影响人们享受跨年文化的欢乐和幸福。

随着春节临近,各地正在筹划举

办各种文化活动,按照党中央、国务院部署,统筹做好疫情防控和旅游安全工作非常重要。

“特殊的春节”需要“特殊的文化”,“特殊的文化”需要实现“网络更精彩”。因此,各地相关部门应该从元旦线上丰富多彩的跨年文化活动中得到启发,推出丰富多彩的网上文化活动,让人们在春节假期也能实现“网络幸福年”“网络文化年”“网络快

走过25年的漫长历程,每一年都要来到群众身边,每一年都应当带给群众新的体验、新的感受、新的收获。所谓常下常新,就是要不断在形式、内容等多方面进行创新,为“三下乡”不断注入新活力、赋予新内涵。一方面,文化科技卫生事业每一年都在进步,涌现出大量的新知识、新作品、新技术,需要把这些全新的内容及时送到群众身边;另一方面,数字技术发展日新月异,互联网广泛应用,社会环境发生了巨大变化,同样也要让群众在“三下乡”中感受到这些新的变化与进步。“三下乡”之所以经久不衰,就源于不断创新所带来的生命力。

要把“三下乡”这篇民生“大文章”写得更加精彩、更富成效,就要坚持走心走实、常下常新,在乡村振兴中扮演更重要的角色,为广大群众走好小康路、富裕路培育更丰沃的精神土壤。

乐年”。

一方面,各地文化和旅游部门可通过组织举办“网上春节晚会”,把“线下的春节晚会”变成“线上的春节晚会”,让优秀的文化节目以数字化方式“飞到寻常百姓家”。另一方面,要做好“网络春节晚会”的网络互动,提升公众参与网络文化活动的积极性,减少因为不能“面对面”而产生的缺憾。

同时,要继续净化网络空间。受疫情防控影响,今年春节期间人们外出的频率会减少,无论是大人还是孩子,接触网络的时间会更多。这种情况下,为了让人们度过一个“幸福的网络年”,更要营造一个风清气正的网络环境。