

话题汇 • “十四五”文化和旅游发展

完善现代产业体系 推动旅游业高质量发展

构建完善的现代产业体系是实现旅游业高质量发展的基础。要从产业结构、产品供给、标准体系、行业管理等领域进行全方位完善、优化和提升,使整个产业发展达到产品好、服务优、效益高、消费者满意

□ 特约评论员 王德刚

2021年全国文化和旅游厅局长会议提出了“十四五”时期文化和旅游发展的战略任务:实施社会文明促进和提升工程,构建和完善新时代艺术创作体系、文化遗产保护传承利用体系、现代公共文化服务体系、现代文化产业体系、现代旅游业体系、现代文化和旅游市场体系、对外文化交流和旅游推广体系,要以此构建文化和旅游发展新格局,实现高质量发展。

中国旅游业经过40多年的发展,虽然已经形成了较大的产业和市场规模,但整体上旅游业的产业体系还不够完善、发展质量还不是很高,整个产业还处在粗放型发展和数量型增长阶段,目前正处于升级转型期。因此,构建完善的现代旅游业体系,加快转型升级步伐,实现高质量发展,是“十四五”时期旅游业发展的核心任务。笔者认为,构建完善的现代旅游业体系需要从以下几个方面着手:

一要完善产业结构体系。吃、住、行、游、购、娱是旅游业的六大基本要素,完善的产业结构一要全、二要优。

从要素种类上看,目前我国旅游业在结构上存在的问题主要是东西部不平衡、个别区域结构性短板突出。比如西部地区交通发展相对滞后,造成旅游抵达不方便、交通成本过高,既影响市场规模,也影响产出效益。从结构质量上看,要从优化要素比例上着重提高吃、购、娱三大弹性消费要素的占比。特别是旅游购物,作为消费弹性最大的领域,对目的地商业、制造业的直接和间接拉动效应显著。因此,从产业结构优化的角度,提高弹性消费要素的占比,是旅游业优化结构的重要任务。同时,随着经济发展和社会进步,还会不断衍生出新的产业要素或对不同要素提出新的发展要求。《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“推动生活性服务业向高品质和多样化升级,加快发展健康、养老、育幼、文化、旅游、体育、家政、物业等服务业”,就是根据时代的发展,对旅游及其他生活服务业在产业结构调整上提出的新要求。

二要形成丰富的优质旅游产品供给体系。随着生活水平的提高,广大人民群众对旅游产品多样化、特色

化、品质化发展有着越来越高的要求。旅游业作为幸福产业和惠民产业,要通过对自然、人文资源的开发和精品化打造,构建类型多样、特色鲜明、品质优良、适销对路的优质旅游产品供给体系,特别是要根据广大人民群众对美好生活的需求,开发并逐步完善和丰富高品质健康旅游、文化体验、研学旅行、红色旅游、生态旅游等现代旅游产品的供给,不断提高老百姓的幸福指数,同时获得良好的社会效益和经济效益。

三要构建国际化、特色化产品和服务标准体系。标准是衡量产品质量和服务水平的尺子。经过几十年的发展,我国旅游业已经在饭店、景区、度假区、民宿、旅游厕所等领域建立了基础性行业标准。随着社会的进步和旅游业的发展,进一步提高行业标准的国际化程度和特色化水平,越来越成为旅游业发展的迫切需要。《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“建设一批富有文化底蕴的世界级旅游景区和度假区,打造一批文化特色鲜明的国家级旅游休闲城市和街区”,就是要求旅游业发

展既要面向世界,在产品和服务质量上与国际先进水平接轨,又要坚持中国文化特色,进一步提升“中国旅游”“中国服务”的国际影响力和国际竞争力。

四要建设高绩效的行业管理体系,这是旅游高质量发展的体制保障。我国行政管理体系几经变革,正逐步走向完善。旅游和文化领域在这一过程中完成了体制融合,而综合执法、行业监管领域等也从管理模式到管理流程进行着自上而下的重构。同时,互联网、物联网、大数据、智能制造等现代信息技术的发展为行业监管、企业治理、服务升级等提供了技术支撑,提高了行业管理的智慧化水平。我们要在准确把握旅游业自身发展规律的基础上,充分发挥制度优势和体制优势,充分利用现代信息技术,建设高绩效的旅游行业管理体系。

总之,构建完善的现代产业体系是实现旅游业高质量发展的基础。要从产业结构、产品供给、标准体系、行业管理等领域进行全方位完善、优化和提升,使整个产业发展达到产品好、服务优、效益高、消费者满意。



文创产品红下去 仅靠卖萌是不够的

据《工人日报》报道,从手机外壳到零食包装,从玩具玩偶到猫爪杯,“萌经济”已悄然崛起,成为一种新的经济业态。中国科学院大学新闻传播学教授张增一表示,产品仅有“萌”点是不够的,要明白产品质量是安身立命之本,只有用心做好产品,才能真正红下去。如果不在产品质量上下功夫,“卖”萌之路就本末倒置了。

人民视觉 供图

来论

“就地过年”新需求 产品创新要跟上

□ 张国栋

据《成都商报》报道,随着春节进入倒计时,越来越多的人选择“就地过年”,大家开始盘算如何度过这个春节长假。取消了春节回老家计划的成都市民王女士在预订酒店时发现,自己心仪的酒店在春节期间已经一房难求了。“就地过年”让文化和旅游市场迎来新商机。

显然,王女士的“发现”不是偶然。携程、去哪儿、飞猪、马蜂窝等多家OTA平台相关数据显示,春节期间,各平台上本地旅游产品,尤其是多项目的打包套餐等搜索量都有不同程度的上涨,部分平台涨幅在四成以上。由此可

见,春节期间一房难求在所难免。

以四川为例,滑雪地和温泉地的酒店预订量增幅最高,成都周边酒店的预订量较去年同期增长了150%,最热的酒店预订上涨5倍以上。同时,四川各大景区浏览量相比之前上涨了4倍左右。这样的上涨,既可谓“就地过年”效应,也意味着市场需求陡增,在一定程度上说明,对于留在本地过年的人来说,一些传统的旅游产品可能没有太大的吸引力。如何让大家在牛年春节能有更多幸福感、获得感和安全感,无疑成为文化和旅游市场给新的命题。

从目前来看,瞄准“就地过年”这一新需求,各OTA都计划或已经上线

了一些“年味”十足的旅游产品。比如将酒店、景区门票与年夜饭组合在一起进行打折促销;利用户外徒步、登山、滑雪、越野自驾、骑行等主题类旅游资源,计划在春节前期发布全国周边主题旅游合集,主打“租车+精选酒店+户外活动”等。这些都是不错的选择,但恐怕还不够,要因地制宜,发挥地方特色和优势,不断进行挖掘和延伸,推出更多更好的产品和服务。

进而言之,“就地过年”是疫情防控的现实需要,从文化和旅游市场的角度看,客群将由省外游客转为省内游客,特别是本地游客。在本地游客已经基本熟知当地各种文化和旅游产品的情况下,文化和旅游从业者在不

证安全有序的同时,加大创新整合力度,对相关产品进行创新设计、包装,根据自身特色优势进一步丰富节日产品供给,激活新的消费潜力,满足人们“就地过年”新需求。

这方面,除了各个景区应尽量多开发一些适合过年的产品,以满足人们“旅”和“游”的需求,各地还应结合实际,针对过年时节,推出一些相适应的文化娱乐活动,以满足人们“看”和“听”的需求。同时,要保持市场安全稳定、社会文明和谐,做到收费项目公开透明、合理公道,以实际行动回应市场和群众关切。

总之,“就地过年”给文化和旅游行业提出了新命题。把握机遇、迎接挑战、取得成效,既是文化和旅游从业者的责任和使命,也是广大群众的热切期盼。

(章予馨 马忠萍)

专家解读

共建粤港澳大湾区宜居宜业宜游优质生活圈

这是一项顶层设计与问计于民紧密结合的系统性规划,体现了国家所需、港澳所长、广东所能,对增强区域发展整体性、协调性和互补性,实现经济多元可持续发展,保持港澳长期繁荣稳定将发挥重要作用

□ 刘伟

为进一步支持港澳更好融入国家发展大局,深化粤港澳大湾区在文化和旅游领域合作,共建人文湾区和休闲湾区,2020年12月,文化和旅游部、粤港澳大湾区建设领导小组办公室、广东省政府联合印发《粤港澳大湾区文化和旅游发展规划》(以下简称《规划》)。《规划》充分体现了党的十九届五中全会精神以及“十四五”期间文化和旅游发展要求,坚持贯彻新发展理念,加快构建新发展格局,为粤港澳大湾区高质量建设宜居宜业宜游优质生活圈指明了方向与实施路径。

《规划》全面准确贯彻“一国两制”方针,支持港澳特区巩固提升竞争优势,充分发挥广东改革开放先行先试优势,支持港澳更好融入国家发展大局,统筹推进粤港澳大湾区文化和旅游协调发展,高质量建设粤港澳大湾区宜居宜业宜游优质生活圈。这是一项顶层设计与问计于民紧密结合的系统性规划,体现了国家所需、港澳所长、广东所能,《规划》对增强区域发展整体性、协调性和互补性,实现经济多元可持续发展,保持港澳长期繁荣稳定将发挥重要作用。

一是内地丰富的文化和旅游资源向港澳敞开怀抱,成为港澳打造“一程多站”枢纽城市的强大支撑。支持香港建设“一程多站”示范核心区和国际城市旅游枢纽,拓展澳门世界旅游休闲中心和以中华文化为主流、多元文化共存的交流合作基地新空间,支持珠澳深度合作高水平建设横琴国际休闲旅游岛。

二是为港澳青少年成长提供文化涵养环境与就业创业机会。包括支持香港故宫文化博物馆、澳门故宫文化遗产保护传承中心建设,支持澳门博物馆与中国国家博物馆合作,开展内容共建;建设高质量港澳青少年内地游学基地、文创园区,允许香港、澳门旅游从业人员经培训考核后到横琴提供相关服务,完善创业就业政策,便利港澳青年在粤港澳大湾区内地城市开展文化和旅游活动。

三是支持港澳打造“一带一路”功能平台,使之成为中华文化“走出去”的重要支撑。支持香港举办更多世界性大型体育活动的,巩固香港作为亚洲盛事之都地位,在“一带一路”文化和旅游领域可以充分发挥“超级联系人”功能;支持澳门发挥中葡交流合作平台作用,发展休闲体育旅游产业,举办国际体育赛事和品牌体育盛事,打造世界级旅游目的地以及以“一带一路”沿线国家和地区民心相通的支撑区。

“十四五”时期是迈向2035年建成文化强国的开局阶段,在这个时点推出《规划》,并且清晰锚定“宜居宜业宜游优质生活圈”的最硬核目标——共建人文湾区,意义深远。

首先,中国在上世界上首次提出“人文湾区”建设目标,这超越了以经济增长为目标的湾区发展愿景,表明中国特色现代化之路是充满人

文关怀与人文价值的发展,也是以中华文化为主流、多元文化交流荟萃过程中不断坚定文化自信的过程。粤港澳大湾区内四大核心城市完全具备建设人文湾区的动能,广州是岭南文化中心,深圳是创新文化高地,香港是中西文化荟萃之地,澳门是以中华文化为主流、多元文化共存的交流合作基地,对打造文化自信的样板具有深远的意义。相信《规划》的实施进程将很好地契合中华民族实现伟大复兴新征程中不断提升文化自信的进程。

其次,粤港澳大湾区产业经济社会发展基础坚实,具备文化赋能产业转型升级的前提,尤其是深圳建设中国特色社会主义先行示范区,可以为各地探索出一条高质量发展中国家跨越发展瓶颈提供示范。

再次,粤港澳大湾区是中国开放度最高的区域之一,也是全世界观察中国、了解中国的最佳窗口,是读懂中国、体验中国、交往中国、最佳区域,在文明互鉴进程中可以彰显中华文化凝聚力与开放性,谱写中华民族文化自信的新篇章。

《规划》强调“优势互补,区域协同”,在爱国、包容、开放、务实、创新的人文精神引领下,“坚持一国之本,善用两制之利”,将有利于粤港澳大湾区推进文化和旅游产业融合发展、联动发展、创新发展与开放发展。

政府间协同落实在三个方面:一是政策规划协同。《规划》充分考虑了粤港澳三地政策协调和规划衔接,制定符合粤港澳大湾区文化和旅游发展的具体政策和措施。二是区域布局协同。《规划》在充分发挥粤港澳大湾区各城市特色基础上,优化区域功能布局,增强区域发展整体性、协调性和互补性,促进粤港澳大湾区在文化和旅游资源、产品、产业发展等方面协同发展。三是工作机制协同。在粤港澳大湾区建设领导小组框架下,三地加强沟通协调,依托粤港澳大湾区合作会议、粤港澳大湾区城市旅游联合会等文化、旅游合作工作机制,协同推进规划实施。

业界协同表现为三种类型:一是以“一地为主、三地联动”的方式开展系列活动,如粤港澳大湾区文化艺术节;二是共建协同发展平台,如建设港澳演艺机构内地后勤服务基地、粤港澳大湾区全球旅游推广平台;三是加强资源共享,如联合开发和推广“一程多站”精品线路,建设多元文化交流创新示范区等。

《规划》内容非常丰富,项目谋划十分务实,强调操作性、带动性、示范性,可谓项目为王,优势互补,互利共赢。可以预见,随着规划的协同推进,粤港澳大湾区将迸发出文化赋能区域发展、旅游带动经济建设的无穷动力,共建共创共享世界一流的宜居宜业宜游生活圈将成为现实。

(作者为广东省社会科学院国际问题研究所所长、粤港澳大湾区研究院秘书长)

声音

“在城市更新中延续城市文脉,让传统和现代融合发展,让城市留下记忆,让人们记住乡愁”

——针对老城改造如何保留城市文脉,《人民日报》近日发表评论指出,城市文脉是城市演进过程中形成的特有历史文化印记,是城市气质的重要体现。延续好城市文脉,有利于营造特色人文空间、塑造城市品牌、增强城市软实力。城市更新是将已经无法满足当前及未来需求的城市功能空间做必要的、有规划的改建,是城市发展过程中正常的“新陈代谢”。老城不是被“圈禁”起来供人欣赏,而是继续发挥实际功能,让居民在此继续安居乐业,从而使文化保护和正常生活紧密地融

为一体。

“好的生态环境,之所以让人着迷,是因为它让居民的生活更有质量”

——《人民日报海外版》近日发表题为《好生态就是好风景》的评论指出,好的生态环境之所以让人向往,是因为它让发展的底蕴更加深厚。守住了绿水青山,也就守住了发展的底蕴。良好的生态环境给中国高质量发展提供了更多的选择,而中国经济的转型升级又给进一步改善生态环境增添了内在动力。不仅如此,许多贫困地区也因好的环境而得益,好的生态风景正在给越来越多的地方带来更好的“钱景”。

(本版编辑 龚立仁 整理)