

围绕七“度”发力 实现南方冰雪旅游跨越式发展

南方地区冰雪产业发展迎来了前所未有的政策机遇,部分南方省份冰雪旅游热度甚至呈现出赶超北方之势。在南方地区发展冰雪旅游面临诸多问题,需围绕七“度”切实发力,构建完善的南方冰雪旅游发展体系。

□ 储德平 廖嘉玮

习近平总书记近日在北京2022年冬奥会和冬残奥会筹办工作汇报会上强调,办好北京冬奥会、冬残奥会是党和国家的一件大事,是我们对国际社会的庄严承诺。习近平总书记在2019年全国两会期间参加福建代表团审议时指出,冰雪运动不仅是全民健身运动,还有冰雪产业方面的意义,不是得几块金牌而已,而是改变“冰雪运动不出山海关”,在南方也可以滑雪,而且冰上运动每个城市都可以搞。这一重要指示不仅充实与升华了冰雪运动产业内涵,也为我国冰雪旅游在南方地区(秦岭淮河线以南地区)的发展指明了方向。国务院办公厅印发的《体育强国建设纲要》指出,要推进冰雪运动“南展西扩东进”战略,带动“三亿人参与冰雪运动”,积极推进冰雪运动进校园、进社区。

当前,我国文化、旅游与体育融合步伐加快,冰雪旅游正成为推动北京冬奥会“三亿人上冰雪”战略的示范产业,所蕴藏的巨大潜力与动能正在逐步释放,南方地区冰雪产业发展也迎来了前所未有的政策机遇,部分南方省份冰雪旅游热度甚至呈现出赶超北方之势,尤以云南、四川、贵州、湖北等省份为代表。

同时,我们也应认识到,在不具冰

雪资源先天优势的南方地区发展冰雪旅游,在相对较长的时间内,仍将面临产业链条纵深不足、跨界融合水平较低、产品质量参差不齐、环保意识有待提升、技术创新应用不足、人才缺口较大、发展方向定位不明等诸多问题。为此,亟需围绕七“度”切实发力,构建完善的南方冰雪旅游发展体系,高质量实现南方冰雪旅游跨越式发展。

一、拉伸产业链条“长度”,构建冰雪旅游产业全过程建设体系

健全的产业链条是发挥冰雪旅游产业辐射带动作用的重要保障,应积极推动南方冰雪旅游企业集聚化发展,努力将地区知名冰雪旅游企业做大、做强,发挥引领带头作用,同时注重发展服务型、文化型、生产型等冰雪小微企业,逐步形成指导、维护、服务、救护、管理等多位一体的冰雪旅游产业链条。此外,要切实推动南方冰雪产业与旅游外国产业融合发展,促进交通运输、餐饮住宿、文化休闲等融入冰雪产业发展全过程,建设具有产业特色的冰雪休闲综合体、冰雪小镇、冰雪商业街,形成品牌化、系列化的冰雪旅游产品体系。

二、挖掘跨界融合“深度”,构建冰雪旅游产业多业态共融体系

冰雪旅游业态之间的融合发展,

是其产业结构优化升级的内在动力,当前多样化的冰雪旅游消费需求,愈发需要冰雪旅游新业态与新产品来满足。首先,要实现产业融合,通过将休闲、康养、健身等业态与冰雪产业进行深度融合,打造多样化的融合产品,实现“温泉+冰雪”“度假+冰雪”“健身+冰雪”等业态之间的重组。其次,要实现技术融合,通过冰雪项目与数字信息科技的融合,高新技术手段的应用,推动形成“数字化+冰雪+运动+旅游”模式,建立起产业间的共享技术平台,提高资源向产品转化的效率。最后,要实现文化共融,应注重对地域文化的保护,有序发掘冰雪人文学资源,推动开发具有地域特色的冰雪文化旅游产品。

三、提升产品质量“高度”,构建冰雪旅游产业高品质生产体系

南方地区在冰雪产业发展过程中,要努力提高冰雪旅游产品供给品质,推动其朝“高精尖”方向发展。一方面,应提高冰雪旅游产品体验质量,打造“冰雪赛事观光之旅”“冬奥文化修学之旅”“冰雪运动体验之旅”等精品旅游项目,同时完善冰雪旅游相关的配套设施建设,为游客提供高附加值的冰雪旅游服务。另一方面,应制定冰雪装备生产行业质量标准,及时进行装备质量抽查、排査,加大对不合

格产品的打击力度,避免因装备质量问题造成冰雪旅游安全隐患。

四、把控生态容量“宽度”,构建冰雪旅游产业绿色发展体系

习近平总书记指出,“绿水青山就是金山银山,冰天雪地也是金山银山”,这一理念在进一步丰富“两山”理念的同时,也让“冰天雪地”在由“冷”资源向“热”产业转变的过程中有了方向性的引领,为冰雪旅游指明了一条发挥资源优势的可持续发展之路。首先,应充分重视低碳环保、无害清洁、绿色制造等生态友好型技术在冰雪项目生产制造环节的研发与应用,努力实现能源资源消耗低、污染物排放少的冰雪旅游可持续发展目标。其次,应加强冰雪旅游生态的综合治理与环境保护,及时对有违生态保护的行为予以惩治,有效地把冰雪旅游产业的生态发展规制在正确的轨道上。最后,要实现消费的生态化,加强对冰雪旅游者生态保护意识的宣传,逐步引导冰雪旅游者改变不文明旅游习惯,重构冰雪旅游绿色消费方式。

五、突出技术应用“新度”,构建冰雪旅游产业综合性创新体系

南方地区作为冰雪旅游产业发展的“后来者”,加强技术创新的力度是其后来居上的一大重要突破口。

浅析国家公园彰显全民公益性的意义及途径

适度发展生态旅游,不仅有助于彰显国家公园的全民公益性,也在一定程度上有助于促进国家公园的保护,包括增加保护经费来源,强化当地居民和访客的保护意识。

家公园体制建设成功与否的重要依据。

简单来说,公益就是公众利益,公益性是指事物能给公众带来益处的属性。国家公园坚持全民公益性的建设理念,就是要求国家公园的建设和管理能造福全民,让全体国民均有机会享受国家公园带来的益处。世界范围来看,受历史文化 and 政治经济制度等因素的影响,不同国家的公园管理体制千差万别。但共同的是,几乎所有国家都坚持在科学、严格保护的前提下积极探索国家公园科学合理的利用模式,以充分发挥国家公园的全民公益性,国家公园也因此受到各国民众的欢迎和喜爱。这也在客观上培育和强化了人们对国家公园的保护意识,有利于形成全民参与国家公园大保护的建设局面。我国国家公园体制

建设刚刚起步,更应秉承正确的建设理念,高度重视如何彰显国家公园的全民公益性,争取早日建成既有中国特色又与国际接轨的国家公园体制。具体来说,国家公园的全民公益性主要体现在以下两方面:

首先,国家公园建设应惠及当地居民,让他们的生活变得更好。我国是一个文明古国,也是一个人口大国,国家公园保护地及其周边地区往往世代生活着一定数量的居民。据统计,我国十个国家公园试点区均居住着不少人口,少则一两万(如神农架、钱江源、武夷山等),多则十多万(如大熊猫国家公园)。这些居民的生产和生活在不同程度上依赖于园内的自然资源,同时也是园内自然资源的守护者,他们也是国家公园建设最早和最大的受益者。国家公园的建设不能因为自

然保护而造成当地居民的生计困难,而应通过采取积极的举措,使当地居民能从国家公园的建设中获得更多的利益,经济收入和生活质量能较之以前得到显著提升。一般来说,国家公园的建立,可通过两种途径惠及当地居民和地方经济。一是通过国家公园的品牌加持提升当地农产品的生态价值,增强当地农产品的市场竞争力,增强当地农产品的市场竞争力。国家公园保护地有着最好的自然环境,可为当地农产品树立绿色有机的高端品牌形象。在法国,国家公园周边的一些地区以加盟区的形式参与自然保护,作为回报,其生产的有机农产品可以冠以国家公园的品牌,成为抢手的高端农产品。二是通过发展生态旅游,为当地居民创造大量的旅游就业机会。由于保护地区的特殊性,国家公园往往是各国最具影响力的旅

游目的地,能吸引大量游客前来参观游览,为当地居民创造大量就业机会。通过参与旅游接待,争取旅游收入,分享国家公园旅游发展的红利,当地居民的经济收入和生活质量能得到显著提高。

其次,国家公园建设应惠及广大游客,满足人民群众日益增长的游憩需求。相较于为当地居民创造新的发展机会,在有效保护的前提下,通过科学合理的利用,为广国民提供高质量的游憩场所和游憩活动机会,能在更大范围和程度上彰显国家公园的全民公益性。随着我国经济社会的快速发展,国民的工作和生活节奏加快,工作的压力也明显加大。人们迫切需要通过不同方式缓解生活和工作的压力,回归自然是最受欢迎的方式之一。国家公园自然生态环境质量绝

条件的南方高校借鉴上海体育学院自主增设教育部目录外的体育旅游专业,加快提升冰雪旅游人才培养的规模和水平。三是要建立相关的人才准入机制,应出台相关的冰雪从业人员资质考核标准,杜绝“浑水摸鱼”现象,严把人才的入口关。

七、利用自然环境“温度”,构建冰雪旅游产业差异化产品体系

南方地区发展冰雪旅游,面临着北方强大的市场竞争,要错位发展,走差异化的发展道路。首先,丰富南方夏季冰雪旅游休闲运动产品,南方地区游客对于冰雪运动普遍有“新奇特”的感觉,数据显示,仅2017年南方地区居民跨省与出国进行冰雪项目的人数就比北方高出23%。面对冰雪旅游热情高昂的南方地区,要改变长期室内“避暑”的习惯,实现南方居民酷暑都能参与冰雪运动的梦想。其次,要激活冬季旅游市场活力,南方地区冬季常常是旅游市场的淡季,通过在部分气候适宜的景区打造冰雪旅游产品,增强其冬季的吸引力,对于景区游客的合理分流、提高冬季经济效益有着重要帮助。最后,要出台扶持南方冰雪旅游产业发展的政策,加大对南方冰雪企业的支持力度,进行相应的税收减免、用地补助、生态补偿、科技创新奖励,以降低南方冰雪旅游产品供给成本,在实现优质服务的前提下,实现销售价格的合理化、大众化。

(注:本文系2020年福建省大学生创新创业训练计划项目“基于钻石模型的南方冰雪旅游产业竞争力提升研究”[S202010394011]的阶段性成果。)

(作者单位:福建师范大学旅游学院)

佳,加之保护面积大,能提供大量高质量的游憩机会,在满足国民的休闲游憩需求中可以发挥重要作用。在国家公园的建设中,在不影响保护管理目标的前提下,可通过合理的功能分区,适度发展生态旅游,在园内建设必要的游憩设施,科学设计游憩活动产品,满足公众入内参观游览、休闲游憩的需求,使国家公园在整个国民经济和社会的健康发展中发挥应有的重要作用。在以美国为代表的许多国家,国家公园就是高质量游憩场所的代名词,每年接待成千上万的国内外访客,很好地满足了公众的旅游和游憩需求,充分彰显了国家公园的全民公益性。我国国家公园体制建设高度重视保护,《总体方案》指出国家公园要纳入生态红线,实行最严格的保护,但也不可因此而忽视或放弃国家公园的全民公益性。事实上,适度发展生态旅游,不仅有助于彰显其全民公益性,也在一定程度上有助于促进国家公园的保护,包括增加保护经费来源,强化当地居民和访客的保护意识。

(作者单位:中央民族大学管理学院)

□ 彭建

国家公园体制建设是我国生态文明和美丽中国建设的重要内容和抓手。《建立国家公园体制总体方案》指出,我国国家公园体制建设要坚持保护第一、国家代表性和全民公益性理念,三者缺一不可。这就要求国家公园的建设和管理既要保护好园内珍贵的自然遗产,又要能够惠及国民,为广大民众带来福祉。目前,我国已有10个国家公园试点区,分别是三江源、祁连山、大熊猫、东北虎豹、普达措、神农架、武夷山、钱江源、南山和海南热带雨林,均具有较为突出的国家代表性。从已开展的工作来看,各试点区均采取了十分严格的建设举措以保护园内的自然生态系统,保护第一的建设理念得到了较为彻底的贯彻。然而,由于各试点区绝大部分资源和精力都投入到国家公园的保护之中,对如何彰显国家公园的全民公益性考虑不多,相关的建设举措也比较乏力。事实上,坚持全民公益性正是国家公园区别于自然保护区的本质特征之一,能否实现全民公益性也是判断国

□ 张峰

2020年11月,文化和旅游部等部门联合发布了《关于深化“互联网+旅游”推动旅游业高质量发展的意见》,在基本原则、发展目标、重点任务中多次提到了大数据、数字化等内容,并做出了明确要求。随着大数据、云计算、人工智能等技术应用的不断成熟,旅游行业的生产和消费方式也在逐步改变,其中,数字化已经成为旅游业发展方向之一,不同类型的数字出现了爆炸性增长,如何对这些数据加以科学、合理的利用,将是旅游业高质量发展面临的重要课题。

一、基本研判

旅游业中大数据技术应用已经逐步走上正轨,体现为政策支持力度不断加大、市场规模不断增加、行业应用日益丰富。

旅游大数据政策支持力度不断加大。2019年8月,《关于进一步激发文化和旅游消费潜力的意见》提出,指导各地建立文化和旅游消费数据监测体系,加强大数据技术应用,整合共享数据资源,加强趋势分析研判,为促进文化和旅游消费提供决策依据。2020年2月,《旅游景区恢复开放疫情防控措施指南》提出,强化景区游览管理,鼓励景区积极利用大数据和智慧手段,做好游客信息动态监测。2020年3月,《关于促进消费扩容提质加快形成强大国内市场的实施意见》提出,提升“智慧景区”服务水平,利用互联网、大数据、云计算、人工智能等新技术做好客流疏导和景区服务。2020年11月,《关于深化“互联网+旅游”推动旅游业高质量发展的意见》在智慧旅游景区建设、旅游信息化基础设施、旅游公共服务、线上旅游营销、旅游创新创业及旅游数据安全等方面,对大数据技术应用做出了明确要求。

发挥大数据技术在旅游业高质量发展中的作用

数字化已经成为旅游业发展方向之一,不同类型的数字出现了爆炸性增长,对这些数据如何加以科学、合理的利用,将是旅游业高质量发展面临的重要课题。

二、应用场景

旅游业的大数据技术应用在多个领域日益成熟,比如旅游大数据中心建设、旅游监管、旅游服务、旅游营销等领域。

在旅游大数据中心建设中的应用。旅游大数据中心对管理部门日常工作监测、应急指挥、公共资源、基础资源展示等工作,都提供了重要支撑。在旅游大数据中心搭建过程中,大数据技术应用贯穿了每个系统平台的搭建,对平台上数据维度构建、数据传输、数据清洗、数据可视化应用等方面都提出了明确要求;大数据中心各平台正式运营后,产生大量不同维度、不同样式以及不同用途的数据,随着数据量级的不断增大,数据处理能力也不断提升,大数据技术应用的有效性也逐步完善起来。为旅游行业相关数据的存储、分析和沉淀都提供有效支撑。

在旅游监管和应急领域的应用。随着在线旅游市场迅速发展,在线旅游产品数量庞大、投放自由度高,存在着零负团费、价格歧视、景区相关线路产品价格不一等乱象,对于这些情况存在取证难、查处难、管理难等问题,旅游管理部门要不断加大对这些现象的监管力度,大数据技术应用可以实现实时监管在线旅游产品价格变化、取证在线违法行为、维护消费者权益等,有效支持在线旅游市场规范化发展。同时,大数据技术在旅游投诉、主流搜索引擎和门户网站的情绪数据监管等方面也逐步完善,从区域旅游投诉量、受理情况、结案情

况、受理率以及投诉主体、投诉内容等方面进行实时监测;在主流搜索引擎和门户网站舆情数据应用方面,运用大数据技术可以实时监测并收集旅游热搜总量及负面热点数量、新闻来源以及热点走势,对网络热门事件进行实时追踪,加强旅游安全监测,提升旅游领域突发事件预警和应急处置能力。

在旅游公共服务领域的应用。节假日期间,全国重点旅游目的地,尤其是重要旅游景区,基本都会出现景区游客爆满、周边交通堵塞的情况,管理部门也在通过多种形式进行节假日重点保障、引导游客错峰出行。应用大数据技术,联合公安、交通、气象等管理部门,以及通信运营商、12306等,通过大家的综合数据,从游客出行高峰时段、出行目的、游客来源等维度进行综合分析,可以预判旅游目的地即将到达人数,为增强专项保障,开展优质服务提供辅助;同时,通过分析区域游客逗留时长、主要游玩线路等,可以为旅游管理部门改善旅游资源配置、建设旅游服务配套设施等提供决策参考。

在旅游精准营销领域的应用。在旅游营销市场分析中,大数据技术可以清楚地分析过去一段时间游客来源、游览轨迹、出行目的、逗留时长、消费偏好等多维数据,从整体上来分析游客偏好及旅游市场发展趋势,比如旅游目的地辐射范围、游客消费能力、重点旅游产品等;在旅游营销渠道投放中,大数据技术可以基于行业标签、互联网标签等内容,对旅游线上投放渠道选择、投放对象精准度、精准营销

方式(如智慧信息、微博广告、微信朋友圈广告、手机锁屏广告等)等发挥重要作用,让营销推广变得更加有效;在旅游营销效果评估中,大数据技术通过对旅游目的地在美誉度、媒体热度、游客关注度、游记曝光度、到访量等方面的变化情况进行综合分析,让营销效果得到有效评估。

三、发展建议

旅游业中大数据技术应用需要重点解决旅游行业应用标准、大数据综合治理、大数据领域专业人才培养及大数据安全保障等方面的问题。

一是制定旅游大数据应用标准。综合来看,大数据技术在旅游行业的应用场景越来越丰富,尤其是在旅游辅助决策、人流监测预警、精准营销、旅游市场经济运行监测、旅游统计优化等方面的应用越来越完善,不同级别单位在使用旅游大数据技术时,在很多方面缺少统一的标准,使得各家单位的数据大数据发展水平参差不齐。在此背景下,在旅游大数据中心建设、旅游数据维度、旅游数据采集方法等工作中需要建立自上而下、服务于旅游业高质量发展的标准体系,形成科学、统一、开放的旅游大数据应用标准框架,规范旅游大数据管理与服务的各个环节和进程,从技术层面促进旅游大数据服务产业化和规范化方向发展。

二是提升旅游大数据综合治理能力。首先,在旅游大数据平台搭建中要充分考虑到大数据中台的组成部分,比如原数据管理、数据存储周期管理、数据质量管理、数据标准管理、数

据安排管理等模块,积极发挥好每个模块中的大数据治理能力,让大数据中台真正发挥作用。其次,在旅游大数据采集、筛选、清洗、应用、展示等流程中,要充分利用大数据技术做好大数据建模、原数据采集、数据脱敏、数据加密、数据防泄漏、数据质量检测、数据稽查、数据存储以及数据应用等工作,让旅游大数据在使用过程中合法合规。最后,利用大数据技术支撑旅游综合管理、旅游服务、旅游营销推广等相关工作时,充分发挥数据的关键作用,让旅游管理、旅游服务、旅游营销有据可依。

三是加快旅游大数据专业人才培养。随着数字化政策支持力度的不断加强、市场规模的逐步增大,应在旅游主管部门中成立旅游大数据中心建设、运营、管理的常设机构;应在旅游行政部门、涉旅企业以及科研机构等全产业链相关方多渠道开展旅游大数据技术相关培训,提高相关工作人员的专业水平,培养一批精通信息化技术和旅游业务知识的复合型人才;应加强政府部门与高校、研究机构、企业合作,建立旅游大数据创新应用联合实验室,开展旅游大数据技术应用研究,从人才保障上,确保旅游行业大数据应用有效落实。

四是确保旅游大数据应用安全底线。可以预见,大数据技术在旅游行业的应用场景将越来越丰富,旅游管理部门要从整体制定旅游大数据质量管理方法,确定旅游大数据质量主体责任,落实旅游数据安全主体责任,保障旅游数据收集、传输、存储、共享、使用、销毁等全生命周期安全,防止数据丢失、毁损、泄露和篡改,建立旅游大数据质量绩效考核制度,从源头上解决旅游大数据安全和质量问题,依托大数据技术从整体上建设旅游行业现代治理体系,提升旅游行业现代化治理能力。

(作者单位:联通大数据有限公司)