两会观察

打造数字文旅 推动产业高质量发展

数字文旅是数字经济的重要组成部分，也是数字中国建设的重要内容。文化和旅游产业数字化发展是提升产业效率、优化产业结构、增强产业发展动能、实现产业高质量发展的重要路径，也是“十四五”时期文化和旅游产业发展的重要方向

□ 特约评论员 吴丽云

今年的政府工作报告提出了“十四五”时期经济社会发展的目标。报告提出，加快数字化发展，打造数字经济新优势，协同推进数字产业化和产业数字化转型。这为文化和旅游产业“十四五”时期数字化发展指明了方向。数字文旅是数字经济的重要组成部分，也是数字中国建设的重要内容。文化和旅游产业数字化发展是提升产业效率、优化产业结构、增强产业发展动能、实现产业高质量发展的重要路径，也是“十四五”时期文化和旅游产业发展的重要方向。

数字化发展是文化和旅游产业高质量发展的必然要求。当前，文化和旅游产业正处于由高速度发展转向高质量发展的转型期，迫切需要以科技为动力，推动业态、产品和服务的创新发展，形成产业发展新动能。数字技术和数据已成为新生产要素，通过与土地、劳动、资本等原有生产要素的组合，为文化和旅游产业提升效率、优化内部结构、实现高质量发展提供了新的路径。

文化和旅游产业数字化发展，是适应消费需求变化的客观要求。旅游业作为幸福产业之一，满足人民日益增长的美好生活需要是其发展的重要目的。近年来，人民群众文化和旅旅消费需求不断升级，人们对休闲、度假、体验性文化和旅游产品的追求不断提高，对便捷化、多样化、个性化以及高品质服务的需求不断增长，客观上要求文化和旅游企业不断创新，为市场提供更高品质、更多品类的产品和服务，而数字技术在食住行游购娱各环节的应用，极大地提升了游客的出行品质，培育和扩大了新消费市场。

文化和旅游产业数字化发展，体现了行业应对疫情的快速反应能力。新冠肺炎疫情对线下文化和旅游消费冲击巨大，倒逼产业加快数字化进程，线上文化和旅游消费蓬勃发展。“云游”“云看展”“云演艺”“线上直播”等业态和产品的创新，线上线下业态融合发展，以及智慧旅游城市的建设，是文化和旅游行业化“危”为“机”、以数字科技创新加快推动产业提质升级的结果。

“十四五”时期，文化和旅游产业数字化发展应更加关注如下五方面的内容：

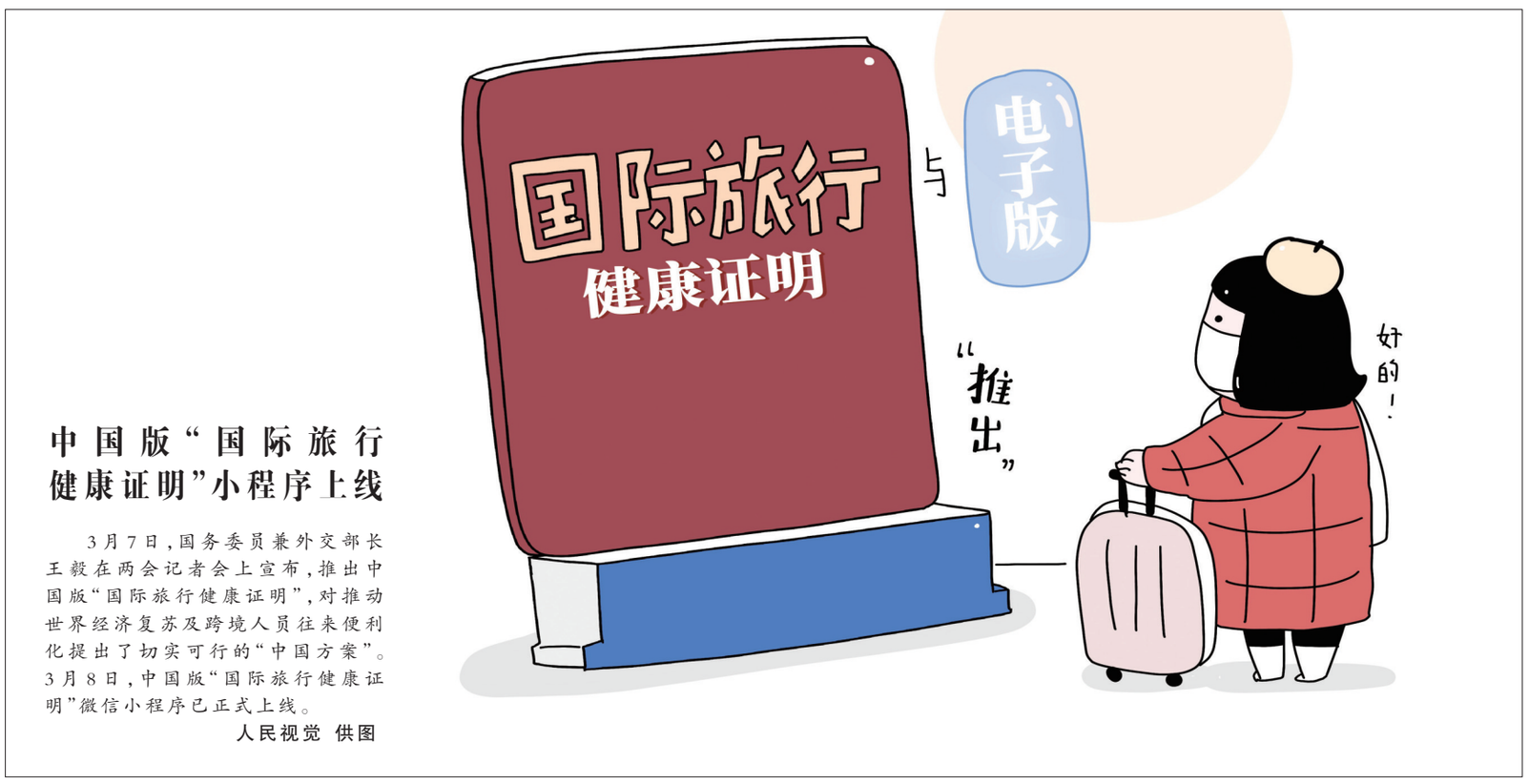
一是完善文化和旅游产业数字化基础设施建设。把握国家新型基础设施建设和数字中国建设的机会，加快推动文化和旅游领域信息基础设施建设。完善旅游目的地5G基站、数据中心、融媒体中心、云平台、智慧灯杆、宽带网络、智慧导览系统、地理信息系统等建设，夯实文化和旅游产业数字化发展基础。提升公共文化场所、旅游公共场所、文化和旅游企业的基础网络、中心机房、数据存储中心、智能设施等建设，提升文化和旅游企业数字化应用基础。

二是提升文化和旅游行业数字化管理和服务能力。推动数字技术在旅游目的地的应用，提升旅游目的地在行业监管、市场营销、人才培养等方面的数字化管理能力。打造各地文化和旅游产业数字化监管平台，借助数字技术，准确掌握区域内产业资源分布、企业发展动态、游客消费习惯和行为、区域内客流动向、公共场所的人流情况等的实时掌握，为文化和旅游行政管理部门制定产业政策、引导产业发展、优化基础设施和公共服务、开展有针对性的市场营销等提供科学参考，从而提升行业管理效率和公共服务水平。借助互联网和移动互联网平台，组织开展不同主题、不同从业人员参与的“云培训”，不断提升从业者的专业素养。推进旅游目的地政府部门、文化和旅游企业、相关机构和企业间的数据开放共享，打破数据孤岛，营造良好的数字化发展环境。

三是加快推动数字文化和旅游业态、产品和服务的创新。推动文化和旅游产业数字化发展，不断完善数字文旅产品和服务供给，推动数字文化和旅游新业态、新模式的出现。加速人工智能（AI）、虚拟现实（VR）、全息、大数据等技术应用，推动智能酒店、沉浸式游乐园、VR乐园、沉浸式演艺、数字博物馆、线上全景游、数字展馆等新业态发展。继续推进云游、云展览、云演艺、云娱乐、线上直播等业态的发展，扩大其规模，优化其内容。推动旅游装备制造业加强生产过程的数字化，并加快研发生产旅游智能装备。借助数字技术不断优化服务和游客出行全过程体验。推动全国范围的文化和旅游场所、企业的线上预订、智能扫码入园、AI导游、AR导航、语音交互、专属数字旅游产品等相关服务的推广。

四是构建数字文化和旅游资产流通、交易体系。推动文化和旅游数字资源产业化发展，加快资源数字化，打造数字文化和旅游资源交流合作和交易平台。加速推进优秀文化资源的数字化转化、存储和开发，形成海量数字文化资产。以数字文化资产为依托，借助科技和创意，孵化更多数字文创产品、数字景区、数字博物馆等业态和产品。打造数字文化和旅游资产市场化流通和交易体系，形成数字资产的存储、交易平台。鼓励数字文化和旅游资产评估企业的发展，为数字文化和旅游资产的流通和交易服务。

五是加强数字文化和旅游市场主体建设。出台吸引各类资本进入数字文化和旅游领域的相关政策，优化数字文化和旅游企业发展环境，不断壮大市场主体力量。引导互联网和科技领域龙头企业进入数字文化和旅游产业领域，加速产业的数字化步伐。鼓励大型文化和旅游企业加速数字技术的研发和应用，不断创新业态和产品，提升企业竞争力。鼓励中小文化和旅游企业通过购买服务等多种方式，加快企业的数字化发展。



中国版“国际旅行健康证明”小程序上线

3月7日，国务委员兼外交部长王毅在两会记者会上宣布，推出中国版“国际旅行健康证明”，对推动世界经济复苏及跨境人员往来便利化提出了切实可行的“中国方案”。3月8日，中国版“国际旅行健康证明”微信小程序已正式上线。

人民视觉 供图

宁夏故事——盐池是个好地方连载之二十五经济中心和西北门户

西北门户盐池 边区的经济中心

盐池革命历史纪念园通过众多实物、图片、文字、雕塑、模型等，再现了盐池1936年解放到1949年新中国成立这13年辉煌历程。在一块红色展板上，有这样一句话：“定、盐是边区经济中心，……定、盐失则边区失去了西北门户。”

这个“中心”不是盐池人自封的，而是毛主席说的。1941年，边区政府发出一份经过毛主席亲自修改过的文件，标题是《国民党向陕甘宁边区进攻的近况》。文中原话是这样说的：“……定、盐是边区的经济中心，地势又居高临下，定、盐失则边区失去了西北门户……”这里说的“定”是指陕西定边，“盐”就指宁夏盐池。

盐池适宜放牧，畜牧业在盐池经济中占很大比重。1936年盐池解放，政府采取多项措施促进畜牧业发展。1936年盐池仅有羊4.8万只，到1945年发展为15.7万只。畜牧业既增加农牧民收入，又解决军民对肉食、皮毛的需要。

13年间，盐池人民无私奉献，把生产出的粮食、皮毛、肉类、食盐送往前线，支援抗战。每年秋收后，把粮食打净晒干，早交粮、交好粮。赶上毛驴，跋山涉水，不辞辛苦把粮草送往国库和前线。

虽然当时老百姓生活也很困难，但大家有人出人，有钱出钱，有粮出粮，都很踊跃。抗战期间，盐池人民一直提前超额完成救国公债和救国公粮。

抗日战争期间，盐池曾掀起四五次轰轰烈烈的参军运动。上千盐池儿女走上抗日前线，许多人在与日寇战斗中付出鲜血和生命，有些人虽牺牲了，在烈士名单上却找不到名字。

1940年前，宁夏工委大多数工作人员都通过盐池进入国统区，遇有情况变化，也通过盐池撤回边区。从宁夏送往边区的进步青年，首先经过盐池县境。盐池成为我党地下工作人员来往的联络站、转送站，为他们的工作、生活和安全提供了必要的保障。

从1939年11月到1940年10月，国民党对边区制造的摩擦事件达221次。其中，在边区西北边境制造的摩擦，主要发生在盐池县，有数十次之多。

抗战时，盐池在中国共产党边区政府领导下，经济发展，政治清明，社会和谐，干部廉洁奉公，人民安居乐业，成为劳动人民的乐园和外界了解边区的重要窗口。与当时国民党统治区贪污腐化成风、人民苦不堪言的局面形成鲜明对照。

当时的盐池县，吸引着宁夏川区广大人民。川区人民不堪忍受马鸿逵暗无天日的压迫剥削，都往盐池跑。当时在马鸿奎统治的川区，有一首歌谣家喻户晓：

宁夏川，两头尖，东靠黄河西靠山。年种年收水浇田，到如今家家没吃穿，不能怨老天。

马家的压迫受不了，人人都往东山里跑。东山里好地方，不抓兵来不抢粮，人民喜洋洋。

歌谣里的东山，就指盐池县。在反摩擦斗争中，盐池军民遵照毛主席“人不犯我，我不犯人，人若犯我，我必犯人”的指示，与国民党顽固派多次进行“有理、有利、有节”的斗争，粉碎了顽固派进攻边区、破坏抗战的阴谋，终于取得了反摩擦斗争的胜利，确保了陕甘宁边区和党中央的安全，真正起到了边区的西北大门和前哨阵地作用。

研究宁夏在陕甘宁边区时期的作用，离不开盐池。研究宁夏在抗日战争时期的重要地位，更不能忽略盐池，尤其抗日战争时期，盐池扮演着陕甘宁边区经济中心的角色，这和它的战略位置同样重要。

（岑国义）

两会时评

提升旅游消费水平 变“潜力”为“动力”

要围绕提高旅游消费水平这一核心目标，抓好旅游消费前端供给丰富、中端便捷提升、后端质量保障等重要环节和关键工作，切实将旅游消费潜力转化为扩大内需的动力

□ 特约评论员 银元

今年的政府工作报告提出，坚持扩大内需这个战略基点，充分挖掘国内市场潜力。稳定和扩大消费。发展健康、文化、旅游、体育等服务消费。当前，我国正在构建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，国内大循环的关键在于“流动”，动力则在于消费。随着城乡居民可支配收入普遍提高、社会保障不断加强、市场秩序日益规范，消费已经不是“能不能、敢不敢、愿不愿”的问题，而是消费什么、怎样消费的问题，需要更加关注城乡居民消费结构的优化、消费频率和水平的提升。

旅游活动本质上是有消费能力的人群规模化空间流动，旅游消费又具有突出的综合关联性和广泛带动性，这就使得旅游成为扩大内需、挖掘消费潜力、推进国内大循环的重要因素。文化和旅游部公布的2021年春节文化和旅游市场统计数据显示，假期七天我国国内游达2.56亿人次，同比增长15.7%，恢复至疫前同期的75.3%。实现国内旅游收入3011亿元，同比增长8.2%，恢复至疫前同期的58.6%。这充分说明当前城乡居民旅游意愿依然强烈，旅游消费潜力巨大。稳定和扩大旅游消费，提升旅游消费水平，是一个系统工程和长期工作，要在消费对象、环境和保障上下工夫。

具体来看，就是要围绕提高旅游消费水平这一核心目标，抓好旅游消费前端供给丰富、中端便捷提升、后端质量保障等重要环节和关键工作，切实将旅游消费潜力转化为扩大内需的动力。

一是提高旅游产品和服务的多样性和特色化。旅游是人民美好生活的重要组成部分，城乡居民的旅游消费需求早已从“有没有”升级为“好不好”，从追求频次向关注质量转变。提高和扩大旅游消费，还是要在高质量供给上下工夫。特别是在常态化疫情防控下，需要积极适应旅游消费需求的新变化，给传统和常规的旅游产品和服务注入更多文化元素、创新理念，优化旅游消费场景，为城乡居民提供更多安全、优质、新颖的旅游产品和服务。如杭州一家旅行社重新审视杭州的历史人文旅游，将文化味道和市井乐趣注入一日游中，创新推出“杭州说·匠造杭州”一日游系列产品，受到市场欢迎。

二是优化旅游消费的便捷性和智慧化。旅游目的地便捷程度、智能水平已经成为旅游消费落地的重要“门槛”。从2020年度文化和旅游信息化发展典型案例来看，浙江、河南、山西、云南等地推出的一系列“云游”“掌游”智慧旅游云服务平台、旅游信息服务平台、智慧小程序项目等，有力提升了当地旅游消费便捷程度和智能水平。下一步，应继续运用好“互联网+”，特别是要利用“新基建”契机，推动文化和旅游与科技深入融合，进一步推进旅游业数字化、网络化、智能化建设，不断扩大智能导厕、刷脸入园、30秒自助入住等技术的应用场景和范围，为城乡居民提供更多便捷舒心的产品和服务。

三是提升旅游消费体验的丰富性和温馨化。旅游消费是城乡居民精神文化生活的重要内容，也是影响旅游满意度的重要方面。深挖旅游消费潜力，必须把消费体验质量的保障工作做实做细，通过常态化市场监督、机制完善、制度创新，让城乡居民享受到更加丰富和温馨的旅游消费体验，留下美好回忆，激发多次消费。如云南省在近年来实施“旅游购物30天无理由退货”制度，有效消除了游客购物后可能出现的烦恼，有力提升了游客体验满意度。

要帮助旅行社保住“人才家底”

各级政府、文化和旅游主管部门、行业组织等要采取有力措施，稳定导游队伍，保住旅游业发展的基本队伍和“人才家底”

□ 特约评论员 王德刚

今年的政府工作报告提出，要扎实做好“六稳”工作、全面落实“六保”任务，要“对受疫情持续影响行业企业给予定向支持”。全国两会期间，全国人大代表、广东省旅游控股集团有限公司总经理黄细花建议加大扶持旅行社复工复产力度，包括延长减免社保费用政策、给予纳税补贴、推出稳岗政策、推出融资政策、质保金制度改革等扶持旅行社企业减压纾困、稳定员工队伍、加快复工复产的建议。这些建议对于解决旅行社企业受疫情影响面临的实际困难和问题具有很强针对性。

由于旅游产品、服务的特性和消费对象的特殊性质，旅行社成为受疫情影响最直接、最严重且持续时间最长的行业之一。据有关部门统计，由于长期没有业务、没有收入，2021年1月，旅行社员工在岗人数与2019年底相比减少了约33%，专职导游流失率超过80%，出现了严重的人才流失问题。

对于旅行社而言，以导游为代表的业务骨干是整个旅行社行业真正的“人才家底”，只有保住了这个“人才家底”，整个行业才有可能存续和发展。所以，如何针对旅行社行业面临的实际问题和困难，采取有效的针对性政策，帮助旅行社企业减压纾困、稳定员工队伍、加快复工复产，是当前各级政府、相关部门和行业组织的共同任务。

由于旅行社企业的业务特性，目前旅行社行业复工复产率很低，国家和各级政府针对一般小微企业的扶持政策对旅行社企业而言效应并不是很显著。因此，有关部门还应该深度研究旅行社企业所处的特殊困境，特别是针对旅行社“人才家底”和员工队伍的稳定，创新扶持机制和帮扶途径，采取更精准的措施，帮助旅行社企业渡过难关。

一是在旅行社组团、地接业务暂时不能规模性启动、导游长期待岗没有收入的情况下，政府部门、行业组织和相关机构能够为导游提供一定的临时性公益性岗位、志愿者岗位，用暂时变换工作岗位等形式稳定导游队伍。二是政府、文化和旅游主管部门建立“旺工淡学”培训机制，委托第三方对待岗导游开展业务提升培训，用学习培训的方式稳定导游队伍。三是针对长期不能拿到正常薪酬的导游人员，通过发放临时性职业补贴、继续教育补贴等方式，减少骨干人才流失。四是针对旅行社企业发放稳岗补贴并加强监督、监管，切实保障导游人员合法权益。一方面要采取有效措施减少旅行社企业负担，给予扶持政策，帮助其渡过难关；另一方面要依法加强对旅行社等企业履行劳动合同义务的监督检查，切实保障导游人员及其他劳动者的合法权益。

旅行社企业处在旅游产业链的最前端，而导游又是旅行社业务的直接服务者。目前，我国持证导游数量约80万，他们是旅游服务流程中的核心要素，是旅行社行业的核心骨干和旅游业发展的基础力量。疫情之下，导游成为受冲击最直接、最严重的职业之一。各级政府、文化和旅游主管部门、行业组织等要采取有力措施，稳定导游队伍，保住旅游业发展的基本队伍和“人才家底”。

编辑：龚立仁 电话：010-85168022 E-mail：glr@ctnews.cn