

把握经济发展新格局 促进文化和旅游新突破

幸福黄河建设的文旅路径

在经济发展新格局下,未来政策的着眼点应该聚焦到全方位促进新兴文化和旅游消费上,并以此为契机促进文化和旅游服务产业全面转型升级。

□ 曾博伟

一、把握经济发展新格局

为应对新冠肺炎疫情持续蔓延和国际形势不稳定不确定因素增多等挑战,党中央高屋建瓴地提出“加快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”的经济发展思路,并将其作为“十四五”时期经济发展的重要方略,这给文化和旅游产业的发展带来了新的机遇,同时也提出了新的要求。

从消费发展的实际情况看,2011—2019年,我国的消费率平均为53.4%,2020年我国最终消费支出(包含居民消费支出和公共消费支出)占GDP的比重达到54.3%,但全年最终消费支出拉动GDP下降0.5个百分点,资本形成总额拉动GDP增长2.2个百分点,货物和服务净出口拉动GDP增长0.7个百分点。2020年全社会固定资产投资52.73万亿元,比上年增长2.7%;全年社会消费品零售总额39.20万亿元,比上年下降3.9%。这也意味着,相较投资,消费受疫情冲击的影响更大,迫切需要我们采取有力措施,促进消费的恢复和反弹。此外,尽管我国的最终消费支出在稳步上升,但相较于许多发达国家70%以上的消费率,还有很大挖掘潜力和上升空间。因此“十四五”时期,如何充分发挥我国超大规模国内市场的优势,扩大消费,特别是扩大居民消费支出,成为拉动经济增长的重要任务。正因为如此,在“十四五”规划和2035年远景目标纲要中明确提出,“形成强大国内市场,构建新发展格局”,“全面促进消费”,增强消费对经济发展的基础性作用,顺应居民消费升级趋势,提升传统消费,培育新型消费,适当增加公共消费。文化和旅游对应服务消费和最终消费,对应多层次消费和可重复消费,是人民群众美好生活的重要体现,也是未来居民消费回补和消费升级的重要内容。在经济新发展格局下,文化和旅游消费有望成为促进国内经济大循环的新抓手和推动结构转型、经济增长的新动能。

从文化和旅游实际运行情况看,对应国民经济的三驾马车,也存在发展国内文化和旅游消费、促进文化和旅游投资和创造入境旅游外汇收入的两项任务。鉴于全球疫情短期内还看不到有效控制的可能,在没有实现全球免疫的情况下,入境旅游的重启还需要较长的时间;而随着房地产业进入平稳发展期,纯市场化的文化和旅游投资增长空间也相对有限;“十四五”期间重点围绕扩大文化和旅游消费开展工作,不仅是国家战略的需要,也是文化和旅游产业自身转型发展的要求。

二、挖掘文化和旅游消费潜力

从市场规模看,我国人均GDP已经超过1万美元,居民人均可支配收入达到3.2万元;随着美国恩格尔系数逐步降低,中产阶层不断扩大,对应发展需求和自我实现需求的文化和旅游消费正在成为城乡居民的“新刚需”。2019年,我国旅游及相关产业增加值4.5万亿元,占GDP的比重达到4.56%,文化及相关产业增加值4.4万亿元,占GDP的比重达到4.5%。目前我国制造

业快速反弹,网上购物消费逆势增长;但与就业创业关联最紧、与人民福祉联系最多的文化和旅游服务业却复苏乏力。尽管文化和旅游消费活动因疫情影响受到抑制,但一方面每年1.55亿人次、超过1万亿元人民币的出境旅游消费需求需要在国内引流,另一方面因疫情导致的心情压抑也需要通过文化和旅游消费予以释放。更为重要的是,文化和旅游消费供给体系可以完全国产化,不会受到国际关系变化的影响,非常适合作为稳定国内经济发展的“基本盘”。

从消费结构看,我国文化和旅游消费结构正在与国际接轨,疫情的发生则加快了旅游消费方式的进一步转型。当前,一方面,2021年春节文化和旅游消费开始出现复苏的势头,另一方面,在文化和旅游消费大幅减少的背景下,一些中高端度假、自驾游、户外运动等文化和旅游产品却出现较快反弹,甚至逆势增长。而在疫情防控常态化背景下,从长距离观光游向中短距离度假转变、从低频次跨省旅游向高频次城市周边休闲转变、从高密度“扎堆”式旅游向低密度闲适放松转变、从走马观花式旅游向自然和文化深度体验转变、从无序旅游向预约旅游转变将是大势所趋。这表明文化和旅游消费潜力依然巨大,对应消费升级需求的文化和旅游产业在“十四五”期间依然大有可为。

从地方实践看,近年来不少城市高度重视文化和旅游消费的发展,将其作为增强城市经济活力、提升城市品牌形象、创造城市就业机会、改善城市民生福祉的有效抓手。杭州市在全国率先提出将旅游与美食、茶楼、演艺、疗(休)养、保健、化妆、女装、运动休闲、婴童、工艺美术十大特色休闲潜力行业融合发展,2019年旅游休闲产业增加值1191亿元,占全市GDP的7.75%。2018年成都市在全国国内首次提出“公园城市”概念,并发布《成都市美丽宜居公园城市规划》,经过两年时间,成都已经建立起公园城市支撑体系,同时成都还率先创新公园城市价值转化、创新生态资源市场化运营模式,将镶嵌在城市内部各地的绿道、小游园等转化为适宜的消费场景,探索构建近期投入产出平衡、远期生态机制持续放大的长效机制。

从历史经验看,文化和旅游消费在拉动国内需求方面发挥了重要作用。为应对1998年亚洲金融危机造成的外部市场冲击,释放国内市场消费潜力,当年底的中央经济工作会议把旅游业和住房业、信息产业一起作为经济增长点着力发展,并于1999年国庆推出假日“黄金周”,此举大大激发了城乡居民的消费需求,开启了之后20年旅游产业快速发展的“闸门”,为应对国际金融危机、实现经济平稳快速增长发挥了重要作用。随着全面建成小康社会目标的实现,相较于有形商品消费,以文化和旅游为代表的新兴服务消费将成为“后小康”时代拉动消费增长的“主力军”。特别是在当前疫情防控形势依然严峻、国际形势诡谲云诡的背景下,释放和激发文化和旅游消费需求,促进产业转型升级更为必要。

三、促进文化和旅游新突破

为促进文化和旅游消费,2019年8

月国务院办公厅出台了《关于进一步激发文化和旅游消费潜力的意见》,2020年3月国家发改委等23部门联合印发《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》。文件的出台对传统文化和旅游消费增长产生了一定的作用,但是文化和旅游消费潜力的挖掘还有很大空间。在经济新发展格局下,未来政策的着眼点应该聚焦到全方位促进新兴文化和旅游消费上,并以此为契机促进文化和旅游服务产业全面转型升级。具体可以考虑以下举措:

一是进一步保障文化和旅游消费时间。2015年国务院办公厅出台《关于进一步促进旅游投资和消费的若干意见》提出,“鼓励弹性作息。有条件的地方和单位可根据实际情况,依法优化调整夏季作息安排,为职工周五下午与周末结合外出休闲度假创造有利条件”。尽管2021年2月人社部在回复全国人大代表的建议中明确指出:进一步缩短工时标准尚不具备现实基础,不宜在企业中广泛推行。但依然可以考虑的是,在保证每周40个小时工作时间的的前提下,鼓励有条件的地方适当增加周一到周四的工作时间,探索2.5天弹性作息制度。此外,在保持节假日总量稳定的基础上,也可以考虑优化组合元旦、清明、五一、端午、中秋节假日与前后周末时间安排,给文化和旅游消费提供更多的时间。同时,也应该按照国务院办公厅《国民旅游休闲纲要(2013—2020年)》要求,切实全面落实职工带薪年休假制度。未来有必要科学统筹文化和旅游休闲与就业保障二者之间的关系,实现经济发展和民生改善的良性互动。

二是进一步营造文化和旅游消费氛围。在消费低迷的情况下,特别需要缓解民众的焦虑情绪,增强消费信心。同时,也应通过出台含金量高的政策,切实激发国民文化和旅游消费。2020年7月,为扶持遭受疫情打击的国内旅游业,日本政府推出“Go To Travel”补贴活动。通过此项政策,消费者最大能享受旅游费用总额50%的折扣优惠,具体为35%的旅行相关费用及15%的消费券。可以考虑在总结国内外旅游消费券实践经验的基础上,形成更为科学合理的文化和旅游消费券发放政策。此外,有必要加大文化和旅游消费,特别是新兴消费方式的宣传,也可以考虑通过组织中央媒体以及经济发达地区媒体对中西部、贫困地区特色文化和旅游项目开展公益宣传等方式,将产业发展与巩固脱贫攻坚成果和实施乡村振兴战略有机结合起来。

三是大力发展新兴文化和旅游产品。要通过拓展城市休闲空间,发展城市中央休闲区、休闲绿道、环城市休闲游憩带、城市周边微度假产品等方式,充分挖掘城市的文化和旅游消费潜力。要加快建设一批国民度假地。同时,要大力支持康养度假、生态旅游、房车露营、体育旅游、研学旅行、自然教育、定制旅游等低密度、高频次的文化和旅游休闲度假产品发展。比如露营产业,美国露营地数量有1.5万个、俄罗斯5.5万个、日本4000个,而我国目前建成和在建的房车露营地仅1000个左右,产业规模较发达地区还有很大差距。再比如体育旅

游,在欧美发达国家,徒步、登山、垂钓、自行车、攀岩等户外运动是旅游消费的主要方式,而我国这类旅游消费的发展才刚刚起步。未来,应该在巩固传统观光旅游发展的基础上,将工作重心放到扶持文化和旅游新产品、新业态发展上。

四是创新文化和旅游产业发展模式。目前,我国文化和旅游产业发展模式还比较传统,未来要大力促进线上和线下文化和旅游的联动发展,要鼓励和支持跨界发展、融合发展。当下,可以考虑重新启动分时度假发展。分时度假是国外非常普遍的度假模式。本世纪初,分时度假曾被引入国内,但由于政策导向不明、法律依据不足、监管手段缺位等因素,我国分时度假产业“昙花一现”,迅速衰落。在新时代,随着法律不断完善、大数据等监管手段逐步完善,创新发展分时段度假条件具备,这也将对缓解旅游消费淡季矛盾、盘活旅游闲置资产产生重要作用。此外,还可以借鉴发达国家福利旅游的模式,通过政府补贴等方式,让低收入群体、弱势群体在旅游淡季外出度假,既有利于保障民众旅游权利,也有利于平衡文化和旅游的淡旺季发展。

五是推动文化和旅游产业技术进步。旅游虽然是劳动密集型为主的行业,但自身也面临着效率提高和技术升级的要求。要以疫情防控为契机,全面推动预约旅游;要加大机器人在酒店、景区、博物馆等文化和旅游消费场所的推广运用,通过机器人提供迎宾接待、客服助手、门票打印、导览导购、智能讲解等服务,既避免接触式交叉感染,又形成特色文化和旅游体验。要构建文化和旅游应急管理数字平台,通过大屏显示系统、GIS电子地图、定位技术、应急元管理、通讯调度接入,提高一键救援应急处理能力和综合应急事件处置效率。将智慧旅游纳入国家新基建建设范畴,将城市旅游管理、市场营销和公共服务结合起来,大力推动城市型目的地智慧旅游发展,积极拓宽5G技术在文化和旅游领域的运用。

六是加大文化和旅游发展政策支持。结合疫情防控常态化形势之下文化和旅游消费的新特点和新趋势,抓紧研究制定未来五到十年的《国民休闲纲要》。鉴于已经有不少促进文化和旅游等方面发展的政策文件,可以考虑以“挖掘文化和旅游消费,促进产业高质量发展”为主题出台更有针对性的政策文件。在具体政策安排方面,特别需要进一步突破现行的文化和旅游用地政策,推广浙江等地在“坡地村镇”土地政策试点中,通过“点状供地”政策安排文化和旅游度假项目的经验;借鉴广西、桂林等地文化和旅游项目用地政策的经验,将有效的做法及时在全国推广。2019年乡村地区项目“拆违”,挫伤了不少投资商投资乡村旅游项目的积极性。未来要结合农村土地制度改革,为乡村旅游项目合法落地提供空间,创造便利。此外,要加大对文化和旅游企业金融政策支持力度。可以考虑设立文化和旅游产业振兴基金,以财政贴息、以奖代补等政策手段,支持文化和旅游企业,特别是中小文化和旅游企业发展。

(作者单位:北京联合大学旅游学院)

□ 石培华

黄河是中华民族的母亲河,中华民族的根和魂。2019年8月,习近平总书记甘肃考察时提出,推动黄河流域高质量发展,让黄河成为造福人民的幸福河。同年9月,习近平总书记在河南考察并主持召开黄河流域生态保护高质量发展座谈会,强调推进黄河文化遗产的系统保护,深入挖掘黄河文化蕴含的时代价值,讲好“黄河故事”,延续历史文脉,坚定文化自信,为实现中华民族伟大复兴的中国梦凝聚精神力量。

文化和旅游是典型的幸福产业,要通过黄河文化保护传承弘扬,以文化人、以文惠民、以文兴业,使黄河文化在引领社会风尚、改善民生福祉、推动经济转型等方面发挥重要作用,充分发挥文化和旅游业的幸福功能,充分释放“文化红利”,推进“文化赋能”,促进物质生产力与精神文化生产力更加紧密结合渗透,培育黄河流域高质量发展的“幸福生产”,把黄河建成惠泽民生的生态幸福河。黄河文化促进幸福黄河建设的路径,可以概括为以下“幸福五线谱”。

一、发展幸福产业,促进幸福就业

文化和旅游业是我国重点发展的幸福产业,与人民群众日益增长的精神文化需求、生活质量和幸福感直接相关,也是黄河流域最具优势、最有潜力、最能增强人民群众幸福感的幸福产业。要以黄河文化为核心,发展文化旅游、文化创意、影视、动漫、演艺、节庆展会、数字艺术、文旅电商等业态,让广大群众在文旅消费体验中切身感受黄河文化。推动黄河文化与大数据、云计算、区块链等新技术深度融合,推动黄河文化与地方特色产业农业、工业、交通运输业、服务业等深度融合,通过“文旅+”和“+文旅”,培育黄河文化新业态新生态,壮大“文旅幸福树”,拓展幸福产业集群。要以人民幸福最大化为动力,引领黄河高质量发展,迎接新一轮产业革命,根据沿黄地区资源禀赋和地域特色,构建差异竞争的幸福业态布局。尊重黄河流域自然环境、人文风貌、地域特色和民族传统等禀赋差异,结合经济社会发展特点积极探索符合地区实际、富有地域特色的高质量发展路子,推动黄河流域不同区域特色化、多元化、差异化发展。要通过发展文旅幸福产业,创造大规模、多层次、多样化的就业岗位和就业机会,以文化和旅游产业引领、促进、扩大就地现代化、共享幸福家园的幸福就业创业。

二、优化幸福环境,构建幸福空间

文化和旅游是生态共享、环境友好、资源节约型的绿色产业,能推动生活形态的创新变革,营造智慧生活空间和绿色美好家园,提升人民幸福感。绿色生态是幸福城市的本底,美好生活是幸福城市的源泉,美丽宜居宜居宜游是幸福城市的特质。要推动黄河文化元素有机融入城市各类空间,要将黄河文化纳入公共文化产品和服务,实现黄河文化惠民育民。要推进从生产导向回归生活导向,文化和旅游发展有助于构建幸福城市、幸福乡村、幸福街区、幸福社区等幸福空间,营造主客共享的宜居宜游宜业的文化空间,形成多元场景和全新生活方式,增强人民群众对幸福空间的认同感、归属感、满足感、自豪感,增强游客和外界的向往度、赞誉度。要深入发掘和盘活优秀民间文化艺术资源,丰富乡村文化生活,传承乡村历史文脉。要推进文教结合,使黄河文化融入国民教育、社会教育。要深度融入乡村振兴,推进美丽乡村建设提质升级,助力打造环境秀美、生活甜美、乡村和美的幸福美丽乡村,使乡村成为生活舒适的乐园、道德示范的家园、生态良好的田园、乡愁记忆的故园。

三、传承幸福基因,弘扬幸福理念

黄河哺育了中华民族的灿烂文明,塑造了自强不息、百折不挠的民族品格,是中华民族的重要象征、中华民族精神的重要标志、中华民族坚定文化自信的重要根基,实现中华民族伟大复兴中国梦的不竭力量源泉。黄河凝聚了中华民族对幸福的不懈追求和奋斗,孕育了博大精深的中华民族的幸福观和幸福智慧,传承了中华民族的幸福基因。黄河孕育的诸子百家文化形成了百花齐放、异彩纷呈的幸福观——儒家重义轻利、注重社会整体利益的幸福观,道家清心寡欲、淡泊名利的幸福观,墨家兼

爱天下的幸福观以及道教注重养生保健的幸福观。当代中国人越来越认同将个人的幸福与高尚的人格、美好的家庭、和谐的社会以及优美的自然环境紧密联系起来,形成个人幸福与社会幸福一致、物质生活和精神生活内在和谐的幸福观。发展文化和旅游,有利于传承黄河文化中的幸福基因和幸福智慧,弘扬以人民为中心、以人民过上美好生活为目标、以个体全面发展、社会全面进步和生态全面改善为主旨,以解决新时代中国发展不平衡不充分问题为使命,以各国文明为借鉴、着眼于人类命运共同体建设的中国特色社会主义幸福观,实现从古典到当代、从理论到实践、从理想到现实的革命性转化。要推动黄河文化创造性转化、创新性发展,深入推进黄河文化和旅游融合,实现黄河文化育民惠民利民,为幸福黄河建设提供基因传承、精神引领和智慧源泉。

四、共享幸福生活,成就幸福事业

习近平总书记在建党十九大报告中强调,永远把人民对美好生活的向往作为奋斗目标。文化和旅游已经成为人民幸福生活的必需品,要将文化和旅游业融入经济社会发展全局,满足人民群众美好生活和精神文化需求,持续提高人民群众的幸福感和获得感。要通过文旅融合讲好黄河故事,让人们更好地认识黄河、喜爱黄河、到黄河旅游研学、党建团建,汲取黄河丰厚的文化养分、感悟黄河精神,品味感悟黄河流域历史文化、风土民情、发展成就、时代风貌,促进黄河文化深入人心,共享幸福生活的同时成就幸福事业。要充分利用黄河流域特色文化资源,开展经常性的群众文化、旅游研学、党建团建活动,培育参与度高、影响面广、深受群众喜爱的品牌活动。要整合黄河流域群众文化资源,打造常态化、大众化、特色化、规模化的黄河群众文化品牌活动,发挥对群众文化活动的引领带动作用。要通过文旅融合、研学旅行、党建团建、康养旅游等为个人和机构赋能,让青少年更好成长,让企业单位更有战斗力执行力,让家庭更和美、爱情更甜蜜、养老更幸福,让生命更健康更阳光更幸福绽放。

五、引领幸福模式,提升幸福价值

在幸福黄河建设中,文化和旅游业可以发挥先行示范作用,引领构建幸福导向型发展模式。要根据幸福的本质要求,重新构建幸福导向的发展目的、发展方式、发展模式,推进发展的幸福转型和幸福改革。追求幸福日益成为世界人民生活的主旋律,也成为国家制定政策、发展经济产业的“风向标”。第66届联合国大会宣布,追求幸福是人民的一项基本目标,幸福和福祉是人类生活的普遍目标和期望。联合国《世界幸福报告》指出,精神文化 deficit 已成为世界人民幸福感的制约因素,兼顾物质和精神两方面成为世界人民提升幸福感的根本诉求。文化和旅游的综合幸福价值日益受到重视,涉及个人全面发展、促进产业发展、促进社会进步等诸多方面。党的十九大报告中提出当前我国社会的主要矛盾是人民日益增长的美好生活需要和不平衡不充分的发展之间的矛盾。习近平总书记多次强调“幸福都是奋斗出来的”“奋斗本身就是一种幸福”“新时代是奋斗者的时代”,习总书记的“奋斗幸福观”,是对广大人民群众参与民族复兴大业、实现中国梦最有力的动员。黄河文化既是中华文明的重要组成部分,也是人类文明体系的重要组成部分,加强黄河文化保护传承弘扬,有利于加深国际社会对中华文化的认识和了解,有利于提升中华文化在世界文明中的地位。文旅融合,可以促进黄河文化与其他人类文明交流互鉴,创新黄河文化国际表达,完善与相关国家之间多层次、常态化人类文明交流互鉴机制,挖掘人类共同的情感特质,更好地增强黄河文化蕴含的人类美好价值的国际认同,为构建人类命运共同体做出贡献,使黄河成为提升中华民族向心力和凝聚力、彰显文化自信的重要标志,使黄河流域成为中华文明和世界大河文明传承的样板、具有全球影响力和竞争力的幸福样板。

(注:本文为2020年度国家社科基金艺术学重大项目《文化产业和旅游业提升国民幸福指数研究》[20ZD04]中期研究成果。)

(作者单位:南开大学现代旅游业发展省部共建协同创新中心、全国旅游管理专业研究生教育指导委员会)