

● 聚焦“十四五”文化和旅游发展规划

立足新发展阶段 推动公共文化服务提质增效

面对人民群众日益增长的文化需求,需要扎实做好内容与形式创新,推动体制和机制突破,提升服务能级和水平,增强辐射范围与能力,推动公共文化服务品质发展、均衡发展、开放发展和融合发展

□ 范周

近日,文化和旅游部发布《“十四五”文化和旅游发展规划》(以下简称《规划》)。《规划》指出,“十三五”时期,公共文化服务效能不断提升。文化事业、文化产业和旅游业成为满足人民美好生活需要、推动高质量发展的重要支撑。“十四五”时期,要立足新发展阶段,贯彻新发展理念,坚持政府主导、社会参与、重心下移、共享共建,通过健全基层公共文化设施网络、促进公共文化服务提质增效、广泛开展群众文化活动、加快公共数字文化建设、推动公共文化服务社会化发展,完善覆盖城乡、便捷高效、保基本、促公平的现代公共文化服务体系。这是把人民对美好生活的向往作为奋斗目标的重要内容,是满足人民群众日益增长的精神文化需求和保障人民群众基本文化权益的主要途径,是建设中国特色社会主义文化强国的必然选择。笔者认为,立足文化需求,推动公共文化服务提质增效需要着重关注以下三个方面。

第一,坚持普惠共享、资源下沉、兼顾特色,提高公共文化服务的精准

供给。当前我国公共文化服务供给仍存在不均衡等问题,一方面,边远地区和部分乡村地区基层公共文化设施不达标、服务不到位;另一方面,基本公共文化服务难以满足人们日益增长的文化需求。面对区域与城乡差别,在顶层设计和供给时,应当兼顾不同层次的文化需要。一是落实国家基本公共服务标准,坚持国家标准兜底线和突出地方特色相结合,推动公共文化服务标准化建设。二是资源下沉,优化基层公共文化设施网络,推动优质公共文化服务向基层延伸,加强资源统筹和共享共建,推动公共文化服务均等化建设。三是兼顾特色,通过建设订单式、菜单式公共文化产品服务平台,既能满足群众特色化、个性化、多样化高端文化需求,又要保障未成年、老年人、残疾人和流动人口等特殊群体的文化权益。要注意根据不同年龄层次群众的文化需求和消费习惯,提供对口文化服务,推动公共文化服务个性化建设。

第二,坚持品质优先、科技赋能、融合发展,推动公共文化服务提质增效。当前,我国的公共文化服务已经陆续解决“从无到有”的基础性需求,逐步向

“从有到优”的更高层次迈进,质量好、内容精、种类多已经成为公共文化服务供给的新目标,需要立足新发展阶段,着眼于满足人们对美好生活的向往,提供更优质的公共文化产品与服务。一是坚持品质优先,通过广泛开展群众文化活动、创新拓展城乡公共文化空间、推进国家公共文化服务体系示范区创新发展等措施,强化优质内容供给,推出更多文艺精品。二是立足科技赋能,加快公共数字文化建设,通过建设智慧图书馆、公共文化云服务体系 and 平台,推进公共文化机构与数字文化企业合作,探索“互联网+公共文化服务”新模式、新类型。三是推动融合发展,促进不同层级公共文化服务机构加强功能合作,推动公共文化服务与相关产业融合发展,建构互惠共赢、协作共生的文化服务和建设发展体系,拓展公共文化服务的覆盖面。

第三,坚持政府主导、社会参与、共享共建,推动公共文化服务社会化发展。现代公共文化服务体系的建设目标是构建政府、市场、社会多元参与的发展格局,“十三五”期间,政府引导和鼓励社会力量参与公共文化服务,提高了社会参与度,公共文化服

务的供给主体、供给方式和资金投入趋于多元化。“十四五”时期,应继续坚持政府有效治理与社会积极参与相协调。一是明确政府的责任主体地位,坚持“小政府、大服务”,加强对社会化体系的规范和监督。二是创新参与方式与机制,鼓励并引导社会力量通过政府购买、政府和社会力量合作、社会力量独立建设、文化事业和文化产业融合、文化志愿者服务、众筹和基金会等方式参与公共文化服务,形成开放多元、充满活力的公共文化服务供给体系。三是构建标准化、专业化的社会参与机制,处理好政府购买与质量保证的关系,提升公共文化服务的实用性、匹配性。

进入“十四五”时期,面对人民群众日益增长的文化需求,需要扎实做好内容与形式创新,推动体制和机制突破,提升服务能级和水平,增强辐射范围与能力,推动公共文化服务品质发展、均衡发展、开放发展和融合发展,更好满足人民群众新要求、新期待。

(作者为中国传媒大学教授、文化和旅游部“十四五”规划专家委员会委员)

时评

充分释放政策红利 支持旅行社恢复发展

《关于加强政策扶持进一步支持旅行社发展的通知》提出了一套推动旅行社行业纾困解压、尽快恢复生产和服务能力的综合性措施。各相关部门和旅行社企业要以此为契机,充分发挥政策的杠杆作用,努力推动旅行社行业全面复苏和高质量发展

□ 特约评论员 王德刚

为贯彻落实党中央、国务院对受新冠肺炎疫情持续影响行业企业加大扶持力度的决策部署,支持旅行社积极应对经营困难,有效降低经营成本,推动旅行社经营企业全面恢复和高质量发展,近日,文化和旅游部发布《关于加强政策扶持进一步支持旅行社发展的通知》(以下简称《通知》),在优化市场环境、抓好金融政策落实、指导用好普惠性纾困政策等方面提出了具体措施和要求。

今年以来,旅游市场已经有了较大幅度的恢复,但旅行社企业实际达产率依然较低。而且,由于受疫情影响持续时间较长,旅行社企业的导游及其他关键岗位员工流失率也很高。据有关机构的统计,今年年初,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现象,大大降低了旅行社企业的生产能力和服务能力。因此,采取有效措施,帮助旅行社

企业恢复生产能力和服务能力、推动旅行社经营全面恢复和高质量发展十分迫切。《通知》提出了一套推动旅行社行业纾困解压、尽快恢复生产和服务能力的综合性措施。各相关部门和旅行社企业要以此为契机,充分发挥政策的杠杆作用,努力推动旅行社行业全面复苏和高质量发展。

首先,相关部门要明确职责、压实责任,确保政策落实到位。根据当前旅游市场恢复趋势、疫情防控要求和旅行社企业面临的实际困难,《通知》有针对性地提出系统性政策措施,内容涉及旅行社保证金改革、金融扶持及健全融资配套服务长效机制、税收减免、社保及稳岗就业以及激发市场主体活力等方面。应该说,从这些政策的内容本身来看,对于帮助旅行社降低经营成本、减轻资金压力、纾解经营困难、扩大市场范畴等,都是实实在在的利好。只有将这些政策落实、落地,让政策红利实实在在惠及旅行社企业,才能够起到真正的政策帮助纾困、政策扶持发展的作用。

其次,行业主管部门要主动作为,协调推进,充分释放政策红利。文化和旅游部门是旅行社企业的直接主管部门,同时也掌握一定的行业和市场资源,在帮扶旅行社纾困解压、恢复生产和服务能力方面负有直接责任。一方面要积极督促、协调各级政府和相关部门,认真落实对旅行社的各项帮扶政策,让政策红利充分释放,让扶持政策真正有效。另一方面要有效统筹自身掌握的各项资源,在政策允许的范围内,通过政策性的资源调配、资金补助、市场组织等手段,帮助旅行社企业纾困解压,稳定人才和员工队伍,帮助他们走出困境。同时,文化和旅游部门还要充分发挥行业管理方面的专业优势,对旅行社企业的日常经营、产品研发和服务创新进行专业指导,激发他们创新发展的内生动力。

再次,相关行业组织要搭建互助平台,推动企业抱团取暖。旅游行业协会、旅行社协会、导游协会等,是与旅行社关系密切,或以旅行社企业为主体的行业组织,这些组织最了

解旅行社行业的发展规律、市场特征和经营要求。行业组织最重要的职责就是服务会员企业和产业发展,要通过构建资源互换、市场互动、信息互通渠道以及组织各类会展、节事活动、业务培训、专业考察、经验交流等手段,为旅行社企业克服困难、创新发展搭建共享平台。

最后,旅行社企业要自立自强,勇于创新,自谋发展。政府的政策扶持和相关组织的帮扶,虽然能够起到积极作用,但作为市场主体,要彻底走出困境,最终还是要靠旅行社企业自身的努力。新冠肺炎疫情不仅影响了旅游市场规模,更影响了人们的旅游消费习惯,业内已经熟悉和习惯的出游方式、消费方式以及服务流程等都发生了很大变化。因此,旅行社企业要主动适应旅游市场的变化趋势,深入研究旅游市场的新变化、新需求、新特征,积极创新产品、创新业态、创新服务流程、创新商业模式,走出一条新型的纾困解压发展之路。

● 加强旅游服务质量监管 提升旅游服务质量

以高质量旅游服务供给 激活内需畅通“双循环”

□ 魏鹏举

文化和旅游部日前印发的《关于加强旅游服务质量监管 提升旅游服务质量的指导意见》(以下简称《指导意见》)提出,把持续提升旅游服务质量作为旅游业高质量发展的重点领域,一手抓服务质量监管不放松,夯实发展基础,一手抓优质服务促进不动摇,提升质量标准,积极服务于扩大内需战略基点,以高质量旅游服务供给引领和创造新需求。我国经济社会发展必须立足于活跃的国内市场和巨大的内需潜力,积极整合国内国际两种资源、两个市场,实施高水平开放,走高质量发展之路。《指导意见》的发布对于激活内需畅通“双循环”具有重要的现实意义和长远的战略价值。

提升旅游服务质量是一项重要的旅游供给侧结构性改革举措。从2019年起,我国人均国内生产总值超过1万美元,旅游业迎来了由消费升级推动的高质量发展新阶段。居民收入不断提升带动了我国总体消费支出的增长,国家统计局最新发布的数据显示,2020全年,尽管受疫情影响,我国最终消费支出占GDP比重仍然达到近十年来最高水平的54.3%。与投资 and 贸易相比,国内消费对于我国经济增长的直接贡献和间接拉动作用日益显著。我国旅游业经历了近二三十年的高速增长,尤其是国内旅游,连续多年来井喷式增长。需要注意的是,我国居民的消费支出增长幅度近些年呈现放缓的特征,旅游业收入增长也有放缓之势。因此,亟待通过深化供给侧结构性改革适应消费升级要求,并有效推动经济社会高质量发展。

《指导意见》出台有利于我国旅游业新发展阶段更好更快地实现转型升级。随着国民收入和生活水平的提高,如果国内旅游服务供给品质的提高,满足国内居民的消费升级需求,在开放的环境下,旅游及其相关消费很有可能会大量溢出外流。只有抓住旅游服务质量这个关键,才能最大限度地满足人民美好生活需要,才能最大可能地实现旅游消费的内生转化。旅游业是具有高成长性、高带动效应的现代服务业,高水平高品质的旅游服务无疑是激活内需进而创造新需求的重要动能。

推动旅游业高质量发展是一条畅通旅游市场“双循环”、提升国家“软实力”的路径。与蓬勃发展的国内旅游相比,我国国际旅游发展仍有很大潜力,国际旅游可能产生的综合效应更深远。一方面,随着改革开放不断深化,中国出境游对于

全球旅游市场的综合贡献越来越大,中国与世界旅游市场融合日益深化。越来越多的国内居民到境外学习游览,世界因此更了解和认识中国,中国的开放和发展也越来越对国际游客有吸引力,同时,这种“走出去”与“引进来”对于中国旅游业高质量发展形成倒逼态势。中国游客眼界日益开阔、品位不断提升,对于旅游品质要求越来越高。以更严格的规范提供更优质的旅游服务,推动形成具有中国文化底蕴与特色的旅游服务品牌,无疑是满足国内游客消费需求、吸引更多国际游客、增加旅游服务贸易收入、讲好中国故事的发展选择。

现实地看,当前我国旅游服务贸易与我国的整体经济水平和国际地位不相匹配。国际旅游收入增长缓慢,从2018年的国际旅游数据来看,入境美洲地区的游客人均花费1546美元为最高,非洲567美元为最低,亚太地区1250美元,全球均值1035美元,而我国入境过夜国际游客人均花费仅为642美元。疫情一度过给全球旅游业按下暂停键,我国的国内旅游恢复较早,我们要主动练好高质量旅游服务内功,带动国内旅游消费市场快速复苏与健康发展,为迎接国际旅游市场的疫后开放做好准备。旅游业高质量发展,既是促进经济高质量增长的“硬实力”,也是提升国际形象的“软实力”。抓实抓牢这个实现我国旅游业“双循环”、提升旅游服务贸易水平的战略关键期,不仅对“十四五”时期国民经济高质量发展意义重大,也为到2035年实现文化强国建设目标创造更有利的环境与条件。

《指导意见》提出,加强旅游服务质量监管,综合运用市场监管和综合执法手段,规范旅游市场秩序,净化旅游消费环境,促进旅游服务质量整体提升。旅游业是一个注重社会效益和经济效益的综合性现代服务业业态,在很长一段时间,市场机制是我国旅游业发展的主要推动力量,这让旅游市场快速繁荣,也因此产生了一些过度商业化功利化的现象,市场失灵问题日益成为制约旅游业高质量发展的瓶颈。旅游服务质量的提升,一方面需要旅游市场主体的自律以及基于市场博弈的 he 律,另一方面需要旅游管理部门的监管、行业组织的约束以及社会力量的监督。《指导意见》对于旅游业的“双效统一”特性做了一个很好的统筹,将市场导向与合理监管有机融合,为“十四五”时期我国旅游业高质量发展绘就了蓝图。

(作者为中央财经大学文化经济研究院院长)

用创新点燃年轻人出游热情

只有打破传统观念的桎梏、突破既有模式的局限,不断用新产品、新服务、新业态去打动年轻人、吸引年轻人,旅游业才能始终保持旺盛活力,获得长久可持续发展

□ 胡蔚

据媒体报道,年轻客群正在深刻影响着中国旅游业,这从数据就能看出来——“90后”占比超过50%,成为今年五一假期出游人群的主力。在国内消费市场加快复苏的大背景下,面对年轻人旺盛的旅游需求带来的改变,旅游市场主体如何接招,这是文化和旅游行业应该思考的问题。

年轻群体既具有探寻“诗和远方”的充沛热情,又具备强烈的消费意愿和消费能力,正逐渐成长为旅游的主力军。对旅游行业而言,年轻人是必须紧紧抓住的目标客群,但想要俘获年轻人的芳心并不容易,因为年轻人更加追求个性化、碎片化,喜爱小众的、新鲜的事物,在旅游需求与选择上与中老年群体有不小的差异,这对旅游业既是机遇也是挑战。

要吸引年轻游客,旅游业需要在经营理念上加速革新,用创新点燃年轻人的出游热情。从今年清明节假期开始,一场基于“未知”的盲盒营销热潮席卷在线旅游平台,成功吸引年轻人的关注与参与,这是部分旅游企业的一次创新探索,也再次证明了创新对于年轻人的吸引力。“盲盒热”可能不会一直热下去,创新也不能停止,如何争取到更多

的年轻游客,需要景区、旅行社、在线旅游平台等旅游企业的积极思考与大胆尝试。

在创新产品和服务之余,旅游业还需要在业态拓展、生态布局等方面多下工夫。年轻人天性喜爱社交,也容易“种草”和“被种草”,他们对旅游的需求不只是游山玩水、赏花观景,而是更侧重于文化体验和休闲度假,希望能够在吃、住、行、游、购、娱等多方面都能获得满足。旅游业要针对年轻人的需求变化,推动文化、景观与业态融合,打造更多功能丰富、业态多元的新产品、新服务。同时也要在营销推介上推陈出新,加大社交生态布局,在年轻群体中塑造良好口碑,奠定更雄厚的市场基础。

应当看到,旅游市场加快复苏,未来的竞争将会更加激烈,如果旅游产品仍是老一套、服务理念一根筋、经营模式因循守旧,那么是无法“出圈”的。年轻群体为旅游的发展注入了澎湃的动能,但能否将动能转化为效益,考验的是旅游业创新求变的意识与能力。

只有打破传统观念的桎梏、突破既有模式的局限,不断用新产品、新服务、新业态去打动年轻人、吸引年轻人,旅游业才能始终保持旺盛活力,获得长久可持续发展。



端午假期将至 “放飞”半径收窄

近日,多家OTA平台发布2021年端午节预测大数据,有一个现象引人关注:端午假期机票出现供过于求现象,除了北京、上海、成都、重庆等热点城市的进出港航线较为热门,大部分航线目前还有大量折扣机票,甚至有航线航班机票价格较五一价格下降超六成。业界人士认为,消费者出游的热情并没有减缓,预计今年端午节出游人次将达到1亿人次。“放飞”半径收窄,出行范围缩小,“3小时”旅行圈成首选的出游方式,如何让游客把钱花在“3小时”里,成为各地拉动旅游消费的新命题。

人民视觉 供图