

时评

创新求变 推动旅企稳发展谋突破

各地旅游企业要坚持“人民至上、生命至上”理念,强化疫情防控措施。面对疫情防控严峻形势,旅游企业需要加强创新,推出新服务、新产品、新模式,适应常态化疫情防控下的旅游业发展大环境,在困局中谋发展突破

□ 特约评论员 吴丽云

刚刚进入暑期旅游旺季,全国多地发生多点散发疫情,文化和旅游行业面临严峻的疫情防控形势。8月3日,文化和旅游部办公厅发布《关于全面加强当前疫情防控工作的紧急通知》,对A级景区、旅行社、文化和旅游行业室内场所的疫情防控提出严格要求,严防疫情通过文化和旅游途径传播扩散。截至8月4日,全国已有20个省(区、市)1152家A级旅游景区按照防控要求暂停开放,主要为中高风险地区景区。8月5日,文化和旅游部办公厅发布《关于积极应对新冠肺炎疫情进一步加强跨部门旅游管理工作的通知》,明确提出对出现中高风险地区的省(区、市),立即暂停旅行社及在线旅游企业经营该省(区、市)跨省团队旅游及“机票+酒店”业务。

立足大局,各地旅游企业应坚持“人民至上、生命至上”理念,强化疫情防控措施。同时,面对疫情防控严峻形势,旅游企业需要加强创新,推出新服务、新产品、新模式,适应常态化

疫情防控下的旅游业发展大环境,在困局中谋发展突破。

首先,善用“预约出游”,为旅游安全护航。新冠疫情发生以来,各地加快推进智慧旅游建设,线上预约出游成为在旅游景区、文化和旅游公共场所日益普及的预约方式。目前,全国95%以上的5A级旅游景区已基本实现分时预约。

常态化疫情防控下,线上预约出游显得尤为重要。这不仅是落实A级景区“限量、预约、错峰”要求,以及文化和旅游公共场所限流开放等要求的有效路径,也是各地在确保疫情防控大局的前提下,保障旅游业有序、健康发展的有效举措。

依托线上预约出游,借助互联网和移动互联网手段,可以有效监控不同时段旅游景区、文化和旅游公共场所的游客数量,有效疏导客流高峰,确保游客有序出游;通过承载力控制,避免了游客在旅游目的地、旅游景区以及文化和旅游公共场所的过度集聚,确保游客安全出游;线上预约手段还能在合法前提下获取游客出行

信息,有利于追溯游客出行轨迹,服务疫情防控需求;海量积累的游客预约信息,也有助于旅游企业提取、勾画游客画像,为后续的营销、产品开发提供数据支持。

其次,开发安全出游类产品,确保发展可持续。疫情发生以来,国内疫情整体防控有力,但各地局部聚集性疫情时有反复。在全球疫情发展趋势不明朗的当下,旅游企业需要适应疫情反复的现状,开发更多适合疫情防控常态化背景下的旅游产品,尽可能减少疫情影响,提升企业可持续发展能力。

要深耕本地游和周边游市场,深挖本地文化和旅游资源,做精主题游、体验游、度假游等,不断开拓最具稳定性的近距离旅游市场。如,上海春秋国际旅行社在疫情防控期间推出了“春秋微游”都市旅游产品,将文化、商业和旅游结合,开发出百余条“微游”线路,取得了良好的市场效果。

此外,旅游企业也可以探索户外运动、自然山水、乡村田园等开敞空

间文体旅产品的开发,打造品牌产品和品牌线路。开发周边自驾游、房车游等线路,以及配套旅游产品,满足自驾游市场需求。

再次,探索发展新模式,适应疫情防控常态化。当前,按照文化和旅游部及各地疫情防控要求,中高风险地区暂停开放,旅行社暂停经营跨省团队游,许多旅游企业宣布启动中高风险地区游客的“无损退订”。

“无损退订”固然是大旅游企业主动作为的体现,但对于大量中小企业而言,意味着之前付出的营销、设计、人力等成本无法弥补,对他们而言,无异于雪上加霜。对于因疫情而产生的退订、滞留等成本,应参照旅游法第六十七条的要求实施。媒体和社会舆论应共倡合法范围内的有序退订,为旅游企业的生存发展提供空间。

同时,针对疫情发生以来的旅游出行风险,相关企业可参照航空意外险、延误险等险种设置,推出疫情出游险、疫情退订险等新型保险产品,最大限度降低疫情对游客和旅游企业的影响。

观察

发挥旅游业在国际消费中心城市建设中的重要作用

丰富多样的服务和消费产品是国际消费中心城市的基础,而发达的文化和旅游产业、休闲娱乐产业等消费性服务业则是消费中心城市发展的驱动产业。旅游在国际消费中心城市建设中是具有引领作用的产业,同商贸流通产业一样发挥着重要作用

□ 特约评论员 马振涛

经国务院批准,上海、北京、广州、天津、重庆五市率先开展国际消费中心城市培育建设。作为深化扩大内需战略、推动经济高质量发展、构建新发展格局的重要支撑,国际消费中心城市不仅具有广泛“链接”能力、超强消费资源全球配置能力,更具有文化、教育、科技、服务输出能力。这其中,丰富多样的服务和消费产品是国际消费中心城市的基础,而发达的文化和旅游产业、休闲娱乐产业等消费性服务业则是国际消费中心城市发展的驱动产业。

从纽约、巴黎、伦敦、东京等国际消费中心城市发展经验中不难看出,这些城市不仅具备便利、发达的国际“链接”通道,也能借助独特、多元、高品质的文化公共区域、宜居宜游的城市魅力,每年吸引数以千万计的国际旅游者。

可见,旅游在国际消费中心城市建设中是具有引领作用的产业,同商贸流通产业一样发挥着重要作用。基于相关政策文件和各地实践探索,笔者围绕如何发挥旅游在国际消费中心城市建设中的重要作用提出以下建议:

一是要注重文旅结合,体现本土化特色。旅游消费作为涉及人口流动的复杂社会、文化和经济行为,必然与文化创意、文化传播、文化消费密切相关。决定国际消费中心城市生命力的,是消费背后的文化繁荣。要做好“文化+”这篇大文章,努力推动商旅文体深度融合,加快培育具有地方特色、体现中华文化的消费品牌;要善于创造新的消费场景,积极探索在传统消费环境中附加科技、艺术、时尚、社交等元素,打造集聚高端消费资源和沉浸式体验场景的商业综合体;要持续提升消费文化,打磨地域特色、亮点,将城市历史、文化遗产、

自然遗产等地域特色文化与现代商业、文创产业有机结合,活化文物遗产,办好文体艺术节,培育时尚消费,打造本土化文旅产品品牌。

二是要坚持扩大开放,提升国际化水平。要加快试点探索国际通行的负面清单制度,鼓励外商投资消费服务领域,重点加快健康医疗、文化娱乐等新兴消费服务领域对外开放步伐;要积极拓展国际航线航线储备,推进城市免税城、综合体验店布局,把出境退税商店设到重点商圈、景区,扩大“即买即退”试点范围;要支持跨境电商综合试验区建设;用好用足过境免签等政策,完善重点景区和商圈支付、语种、应急等便利化功能;要加快国际化、特色化、智慧化消费载体建设,努力打造集旅游、休闲娱乐和购物于一体、具有全球影响力和知名度的标志性商圈,针对现有商圈、景区,不断融合国际时尚与地方特色,注入文化、时尚、创意、休闲、绿色等新消

费元素。

三是要坚持创新驱动,完善体制机制。顺应新发展要求,坚持新发展理念,要在数字化转型大潮中不断提升数字赋能水平,大力发展数字消费;积极利用大数据、云计算、区块链、人工智能等技术,做好传统商业创新催生新发展动能,引领新业态、新消费、新模式。同时,国际消费中心城市培育建设是一项复杂的系统工程,涉及多个政府部门,要强化协作联动,整合政策资源,发挥政策合力。要破除制约消费发展的体制机制,在宏观政策方面,强化住房、教育、社会保障等方面的制度调控与保障,让广大居民有“敢消费”的意愿和“能消费”的能力;要持续打造开放、便利、安全的消费环境,做好国际化、法治化的消费者权益保护、知识产权保护等工作,建立消费领域对外交流机制。

专家解读

用好金融支持“组合拳” 提高旅行社抗风险能力

金融支持旅行社发展既要立足于当前,服务旅行社特别是小微旅行社迫切的纾困需求,同时,还要积极支持旅行社的中长期发展需求,不断提高旅行社的市场竞争力

□ 胡抚生

文化和旅游部今年6月出台《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》),这是继金融支持旅行社等市场主体纾困政策出台后又一项支持旅行社发展的政策举措。《通知》提出进一步落实金融支持旅行社发展的政策举措,这对于旅行社纾困和发展意义重大。此次的政策主要突出强调了以下几个方面的措施:

一是以金融手段创新旅游质量保证金交纳方式。自1995年以来,我国旅游质量保证金制度不断完善,经营国内旅游业务、入境旅游业务、出境旅游业务等不同类型旅行社要分别交纳相应的保证金。从实践来看,旅游质量保证金制度对于保障旅行社服务质量、维护旅游者合法权益发挥了积极作用。为了缓解受疫情影响的旅行社资金压力,文化和旅游部2020年出台了暂缓部分旅游服务质量保证金政策,为旅行社纾困提供了积极的支持。此次《通知》从金融的视角提出推进保证金改革,提出“支持有条件的地区可积极开展保险直接替代现金或银行保函交纳保证金试点工作”以及“支持旅行社根据自身经营条件,从存款、直接取得银行担保、凭保险保单取得银行担保方式中灵活选用一种方式交纳保证金”。通过多元化金融手段创新旅游服务质量保证金的灵活交纳方式,将有效减轻旅行社的资金压力,进一步提升资金使用效率,为旅行社纾困和发展提供有利支撑。

二是以信用贷款促进旅行社信用体系的完善。旅行社属于轻资产企业,在融资过程中往往面临抵押物不足的问题,信用贷款是旅行社更容易接受的融资方式。《通知》提出:“引导旅行社主动向银行提供经营管理、资产负债、财务收支、税费缴纳等关键信息。鼓励金融机构创新授信调查方式,引导扩大对旅行社的信用贷款支持,推广随借随还贷款。”信用贷款政策对于旅行社发展是重大利好,但对旅行社的信用体系建设提出了更高的要求,只有经营状况佳、信用等级好的旅行社才容易获得信用贷款。这就要求旅行社在日常经营中诚信经营,提高服务质量,并能够及时主动向银行提供贷款所需的关键信息,满足信用贷款的基本条件。同时,《通

知》还提出“加大政府性融资担保、再担保机构对旅行社的融资增信力度。”从政府层面也提出加强旅行社增信的方式,为加强旅行社的信用体系建设提供积极扶持。

三是从增量和存量两端发力加强对旅行社的信贷支持。《通知》提出“鼓励银行业金融机构依托现有体系提供积极扶持。”三是从增量和存量两端发力加强对旅行社的信贷支持。《通知》提出“鼓励银行业金融机构依托现有体系提供积极扶持。”三是从增量和存量两端发力加强对旅行社的信贷支持。《通知》提出“鼓励银行业金融机构依托现有体系提供积极扶持。”

四是强化金融机构与相关机构联合对旅行社的支持。《通知》既提出金融机构对旅行社的融资支持,又提出发挥文化和旅游相关产业发展基金、政府性融资担保、再担保机构以及文化和旅游企业纾困基金的作用,从融资增信、风险分担、贴息奖补、应急周转等方面进行综合性支持,形成金融支持旅行社的发展合力。

五是注重金融支持旅行社的长效机制建设。《通知》提出“建立健全常态化金融机制,支持面临短期经营困难但发展前景良好的旅行社纾困发展”,要完善与融资相应的配套金融服务,同时也要发挥各地文化和旅游金融服务积极作用,满足旅行社的有效融资需求。金融支持旅行社发展既要立足于当前,服务旅行社特别是小微旅行社迫切的纾困需求,同时,还要积极支持旅行社的中长期发展需求,不断提高旅行社的市场竞争力。

总体而言,《通知》进一步明确了落实金融支持旅行社发展政策的具体方向和路径,并提出完善旅行社税收减免、社保及稳岗就业、住房公积金等一揽子政策,为旅行社纾困和发展营造了更加有利的环境。要用好用足已有的政策措施,充分发挥金融政策效力和关键作用,推动旅行社高质量发展。

作者单位:中国旅游研究院(文化和旅游部数据中心)

来论

优质内容才是旅游博主长红之道

旅游博主只有创新守正,源源不断地输出优质作品,用真心换真心、用真情换真情,才能长久立于不败之地

□ 吴学安

据媒体报道,戴先生是一位有着10多年从业经验的资深导游,常态化疫情防控期间,国内国际团队旅游受到不小影响,戴先生便背起拍摄设备当起了旅游博主,开始了“一个人的旅行”。“我的新工作其实还是带‘旅游团’,以前是带着几十名游客现场参观,现在是带几千名粉丝的‘线上团’。”

网络时代,一些网红借助网络平台靠视频直播风景赚钱,其中“全程徒步旅行”“荒野旅游直播”让不少人流连忘返。

“世界那么大,我想去看看”已不再是一句空话,而成为很多人的实际行动,这成为旅游博主群体不断发展壮大的动因。据不完全估算,2016年前中国的全职旅游博主还不足1000人,如今各平台的旅游博主总数早已超过10万人。随着从业队伍队伍不断发展壮大,市场竞争越来越激烈,如何才能从千军万马中脱颖而出、脱颖而出,旅游博主必须恪守诚信信用原则,靠更强的个人综合素质和自律能力来“吸量涨粉”。

要成为一名优秀的旅游博主,对

体力、内容创作能力、运营能力等都有很高的要求。同时,“流量为王”成为心照不宣的业内法则,旅游博主还需要在迎合市场和坚持初衷之间做好平衡。

有一些旅游博主为赢得点击量,一味迎合观众胃口,制作夸张、片面、不实的视频内容。部分博主不负责的猎奇行为甚至还带来了错误的旅游观,有时还会危及游客的人身安全。因此,对于少数旅游博主的恶意创作,必须加大审查力度,打击不实的夸张的抄袭的旅游内容,防范虚假内容污染行业生态,避免恶意宣传对旅游者的误导。

在自媒体风起的时代,“借别人的眼睛看世界”成为人们获取信息资讯的“刚需”。或许在不少人眼里,旅游博主只需要走出去,就能拥有“躺赢的人生”。这不仅是对行业的误解,也是对受众认知的误解。其实,博主圈就是微缩的娱乐圈,旅游博主能否被受众认可、被受众选择,不是靠运气、靠侥幸,而是靠坚持、靠实力。旅游博主只有创新守正,源源不断地输出优质作品,用真心换真心、用真情换真情,才能长久立于不败之地。



新华社发 程硕作