

时评

探索常态化疫情防控下旅游发展新路

在符合疫情防控相关规定和要求的前提下,积极进行产品和服务创新,构建多样化的本地化旅游产品和服务体系,探索常态化疫情防控下旅游业生存、发展之路

□ 特约评论员 王德刚

近期,国内发生多地散发疫情,旅游业面临严峻复杂的疫情防控形势。出现中高风险地区省市跨省团队旅游暂停、部分旅游景区闭园、部分场馆闭馆,许多地方还出台了“非必要不出省”“非必要不出市”等措施,进入旺季的暑期旅游市场陷入低谷。

无论是从满足社会需求和经济发展,还是从自身的生存和发展来说,在当前形势下旅游业都需要从实际出发,在符合疫情防控相关规定和要求的前提下,积极进行产品和服务创新,构建多样化的本地旅游产品和服务体系,探索常态化疫情防控下旅游业生存、发展之路。

首先,以本地游为核心,创新开发和完善旅游产品体系。多年来,在城市近郊开展的乡村旅居和民俗体验游、休闲农业和创意农业研学游、森林游憩康养度假游、山地休闲运动游等本地化旅游活动,已具备较好的产

品和市场基础。特别是近年来以各类主题民宿为载体的乡村休闲度假和民俗体验游,越来越受到城市游客青睐。在低风险地区,城市周边的旅游景区、民宿、乡村旅游点和提供中间服务的旅行社企业等,可以根据当前疫情防控要求和游客需求特点,精准对接不同层次、不同类型旅游消费群体,创新研发安全性、健康型的旅游服务产品,联合打造多样化的本地旅游产品供给体系,通过精准化、精细化供给,为本地居民旅游休闲需求提供既有安全保障,又有品位和质量的旅游消费服务。

实际上,当前许多位于城市郊区的各类民宿,已经出现了入住率大幅度上升,甚至出现连续客满、供不应求的情况。因此,市场需求是客观存在的,关键是能不能拿出符合消费者需求的产品和服务。

其次,以安全保障为目标,创新旅游服务模式。疫情防控无论是对游客的旅游消费活动过程,还是对旅游服

务的标准和流程等,都有特殊的要求。

在当前情况下,开展旅游活动要按照疫情防控的相关规定和要求进行。这就要求各类旅游企业充分发挥创新、创意的能动性,在服务模式创新上下功夫,以定制化、专享化服务创新为切入点,在保证疫情防控措施达标、保障游客人身安全的前提下,为游客提供更有质量的产品和服务。如以主题化产品组合供给特定的目标市场,以专享通道和服务流程为游客提供与外界不接触或少接触的旅游消费环境等,形成旅游消费和服务闭环,让游客在有安全保障的环境中放心、舒心、安心消费。近期,一些乡村旅游目的地开发了以家庭为单元的定制化亲子研学产品,以家庭独立成团、主题化的产品体验和专享的服务流程,受到市民青睐。因此,常态化疫情防控下,定制化、专享化的创新服务模式,能够为旅游消费安全提供更有力的保障。

再次,以科技赋能,提高旅游管理

和服务效能。疫情防控与旅游业发展要两手抓,而且要两手都抓好、两手都抓牢。除政策层面的相关规定和要求外,还应充分利用科技手段,特别是互联网、物联网、移动终端、大数据、智能制造等现代信息技术,提高旅游管理和服务的智慧化水平。在旅游信息服务、旅游产品预订预订、入园入馆门票管理、健康码查验、行程核对、旅游景区和场馆流量管控、游客轨迹追踪、点对点服务等方面,不断提高覆盖度、精准度和工作效率。特别是应通过政府主导,打通不同信息平台之间的壁垒,实现信息互通共享,全方位提高旅游管理和和服务效能,为旅游产业发展提供坚实的技术支撑和基础保障。

总之,在国际国内疫情形势仍然复杂严峻的情况下,以服务人的流动性消费为主要业务特点的旅游业,必须适应当前的形势,并且以积极的心态应对,以创新思维开创常态化疫情防控下旅游业生存和发展的新路径。

观察

拓展数字化转型路径 提升文旅产业竞争力

加快拓展文化和旅游产业数字化路径,助推新兴信息技术在生产、传播、消费等各环节的应用,有利于文化和旅游企业转型升级,在科技赋能下提升竞争力,获得决胜市场的利器

□ 特约评论员 张苗炎

不久前在北京举办的2021亚洲数字艺术展,让参观者体验了令人震撼的数字艺术,即将在9月举办的世界博览会,数字化、云会展也将成为一大亮点。数字化在全球快速发展同时,也在国内文化和旅游领域加速应用,在人们日常生活中发挥着日益重要的作用。

传统文化产业的数字化转型是指博物馆、旅游演艺、图书出版、传统书店、传统媒体等借助数字化技术实现转型升级,以不断提升竞争力。常态化疫情防控下,数字美术馆和博物馆吸引了大量游客。从国家博物馆到地方展馆,虚拟展厅、云直播活动方兴未艾。传统综艺节目也借助直播、短视频打破时空限制,纷纷推出云综艺,如爱奇艺“宅家”系列、优酷“好好”系列、腾讯视频《鹤宅好时光》等。此外,人工智能技术融入传统文化消费品,日益融入设计、品牌IP以及广告等文化和旅游产业不同环节。

同时,以数字技术和“互联网+”所形成的新产业,包括网络文学、游戏、音乐、直播、短视频等纷纷崛起。大型情景史诗《伟大征程》采用5G即时拍摄技术,此举对未来大型文化和旅游演艺发展将产生深远影响。目前,智能文化艺术、智能文学创作和智能媒体加速拓展。AI作曲、虚拟演唱会等运用人工智能,将虚拟与真实融为一体,使观众获得沉浸式体验。网络游戏将线上消费、虚拟演出、虚拟旅行以及虚拟社交进行融合,形成黏性更强的社区。

根据中国互联网信息中心统计,截至2020年12月,我国网民规模达9.89亿,互联网普及率达70.4%。艾媒咨询预计,2021年我国在线直播用户规模将增至6.35亿人。文化和旅游部印发的《“十四五”文化和旅游市场发展规划》提出,推动文化和旅游市场主体数字化转型,创新产品和服务供给,提升服务水平,丰富文化和旅游业态。

对于文化和旅游企业来说,进一步拓展文化和旅游产业数字化路径,除了加快文化和旅游领域传统与新兴产业的数字化进程,还需要实施数字文旅消费的场景创新,以及推进科技、文旅融合的产业链再造。

第一,推动大数据、人工智能等新兴产业嵌入文化和旅游不同的应用场景。以人工智能应用来说,中国陶瓷博物馆以及各地博物馆上线的“服务机器人”,为游客提供导游导览、服务沟通等,大大改变了人们的体验。景区、演艺项目融入人工智能,将自然、人文资源以及网红、明星的声音、形象进行合成。数字技术对文化和旅游产业的影响超越了对其他产业的影响,在激发大众旅游需求的同时,大大提高了产出效率。

总之,加快拓展文化和旅游产业数字化路径,助推新兴信息技术在生产、传播、消费等各环节的应用,有利于文化和旅游企业转型升级,在科技赋能下提升竞争力,获得决胜市场的利器。

插上互联网翅膀 让非遗“飞”得更远

在经济飞速发展的今天,避免非遗失传的一个行之有效的办法,就是用网络搭建非遗保护群体与大众的桥梁

□ 徐向东

中共中央办公厅、国务院办公厅日前印发的《关于进一步加强非物质文化遗产保护工作的意见》提出,健全非物质文化遗产保护传承体系,提高非物质文化遗产保护传承水平,加大非物质文化遗产传播普及力度,到2025年非物质文化遗产代表性项目得到有效保护。

非物质文化遗产是人类的无形文化遗产,是古老而鲜活的文化历史传统,更是中华民族的根与魂。保护好、传承好、利用好非物质文化遗产,对于延续历史文脉、坚定文化自信、推动文明交流互鉴、建设社会主义文化强国具有重要意义。在当今网络时代,给

非遗插上互联网的翅膀,可以使非遗得到更好更有效的保护和传播。

一是用网络搭建非遗保护桥梁。非遗既包括白蛇传、梁祝、孟姜女传说等传统口头文学,也包括传统音乐、传统舞蹈、传统戏剧、传统美术、民俗等多个门类。在经济飞速发展的今天,避免非遗失传的一个行之有效的办法,就是用网络搭建非遗保护群体与大众的桥梁。网络媒体具有直观可视性、高时效性、可存储性、可复制性、操作便捷等利于传播的优势,要通过网络媒体的大力宣传推介非遗,让曾经“曲高和寡”的非遗“飞入寻常百姓家”,使广大人民群众认识非遗的重要价值,推动形成社会广泛参与、人人保护传承的生动局面。

二是用网络构建非遗保护生态。

“互联网+”风潮正当其时,为“互联网+非遗”的生态构建创造了条件。当下,文化机构、非遗企业、传承人等纷纷触网,网站、微博、微信、抖音等平台一个都不少,网络社区发布、朋友圈点赞、线上线下联动等信息互动交流已成非遗传播新风景。广大非遗传承人纷纷做起了直播和短视频,以人们喜闻乐见的方式展示非遗技艺和产品。随着网民深度体验、内容融合关联、线上线下互动等方面的深耕创新走向深入,非遗传承呈现出良好发展态势。

三是用网络带火非遗产品消费。让非遗重新进入生活,获得消费者的青睐,在日常生活中绽放光华,才是最好的保护。近年来,互联网带火了

非遗消费,引爆销售。从2019年开始,抖音就连续推出“非遗手艺人”计划、“看见手艺”计划,帮助非遗传承人更好地制作视频、记录直播,展示非遗之美、传播文化价值,吸引和打动消费者。各电商平台设置非遗专区,非遗商品琳琅满目;一些地方也设立网上“非遗馆”,统一介绍传承人,集中推动传承人触电触屏屏,上线销售非遗产品。非遗产品满足了人民群众多样化、个性化、定制化消费需求,消费者用指尖选择、用移动支付投票,选择自己喜欢的非遗产品,用行动支持了非遗传承人。

在信息传播高度发达的时代,非遗保护传承迎来新契机。插上互联网的翅膀,非遗的明天会“飞”得更高更远。

据新华社报道,新修订的未成年人保护法6月1日起正式施行以来,全国公安机关共专项检查旅馆25.3万家,依法查处未落实“五必须”要求旅馆6831家,及时帮助找回了一批“离家出走的孩子”,有效预防了一批侵害未成年人的事件发生。杭州市公安局治安支队副支队长金磊表示,“五必须”实施以来,通过多渠道宣传、多次培训、反复强调,酒店经营者和从业人员保护未成年人的意识不断增强。

(视觉中国 供图)



“驴友”违规探险被罚有多重意义

□ 关育兵

近日,河北小五台山国家级自然保护区管理机构依法对16名违法登山者首次开具罚单。据《法治日报》报道,徒步越野途中遭遇暴雨和山洪,16名“驴友”被困林区,报警求救后才被救援脱险,惊魂未定的他们还收到了每人5000元的罚单。这次对违法登山者依法处罚的行政执法行为,是河北林业草原行政执法改革后,综合行政执法主体由森林公安机关向林业草原部门转轨的第一例,也是河北小五台山国家级自然保护区首

次依法开具的行政处罚罚单。

自然保护区条例规定,未经批准进入自然保护区或者在自然保护区内不服从管理机构管理的单位和个人,由自然保护区管理机构责令其改正,并可以根据不同情节处以100元以上5000元以下的罚款。小五台山国家级自然保护区于2017年4月正式发布《封山公告》,明确保护区实行全年封山,禁止任何单位和个人擅自进入保护区开展旅游、登山、捕猎、放牧、采摘等活动。保护区还同时发布了《禁采公告》,严禁非法采挖野生保护植物。违法登山的“驴友”尝一尝被罚的苦

果,也让更多“驴友”得到警醒。

笔者认为,对“驴友”的任性进行处罚,具有多重保护意义。

首先,有利于生态环境保护。小五台山国家级自然保护区,有“河北屋脊”“京西第一道绿色屏障”之称,属于高山草甸区,主要保护对象是暖温带森林生态系统和国家重点保护野生动物褐马鸡。一些“驴友”进入后,使用铁锹等工具野蛮挖掘草甸,在草地上搭起野营帐篷,甚至还有入采摘野生金莲花,这极易导致生态环境破坏。实施这样的处罚,有利于减少因“驴友”任性造成救援者牺牲的情况。

能对任性“驴友”起到警示作用,有效保护生态环境。

其次,是对“驴友”生命的关爱。大多数自然保护区,气候环境复杂,通信信号很弱,甚至完全没有,一旦遇到危险,救援行动很难及时有效开展。此次被困的16名“驴友”,经多方联合施救,才终无生命之虞。因此,不非法进入保护区,是对法律的敬畏,也是对生命的珍爱。

再次,有利于节约社会资源。此次联合施救中,不仅有小五台山救援人员,还有应急、消防、蓝天救援队等参与。“驴友”的任性,不仅浪费了大量救援资源,也给施救者带来极大的危险。实施这样的处罚,有利于减少因“驴友”任性造成救援者牺牲的情况。

声音

“商家应努力优化节日产品供给,向个性化、定制化、多层次化升级。丰富节日文化消费内容,不仅满足物质消费需求,也要满足精神消费需求”

——针对一些商家借着节日的由头疯狂掘金,把消费和送礼异化为节日情感表达主要方式的现象,《经济日报》近日发表评论指出,商业氛围浓厚本是好事,既可以拉动节日经济,又可以为传统文化繁荣增添一把火。但这把火要适度,要尊重节日的独特文化底蕴和历史积淀,平衡好节日的经济价值和人文价值,不能让传统节日成为商业的工具。

“退票等相关工作的顺利推进,会给人增加一份底气,让大家感受到,抗疫不是一个人的责任,面对疫情我们是共进退的”

——受近期疫情影响,不少人的旅行规划就此中断,由此带来的交通、酒店或旅行套餐等相关产品的退票问题,又摆在了人们眼前。对此,光明日

报客户端发表评论指出,短时间内大量退订确实会对相关企业造成一定的资金压力,但这并不能成为来回推脱的借口。保护消费者合法权益,是商业精神的体现,也是法律的明确要求。而重视消费者的权益保障,是企业经营的应有之义,哪怕是在疫情下,也不应该懈怠。

“景区在研发文创产品时,应该定位于人文精神的发现者和实践者,深入挖掘、还原景区特定的文化价值”

——近年来,多个景区结合自身特色推出文创雪糕,不少游客游玩时不忘给这些雪糕拍照打卡。对此,《工人日报》发表评论指出,文创产品是一个景区、一个地方的文化标志,这意味着每一件文创产品都在传承着本土文化,也应该是独一无二的。考量其价值,不仅要看造型是否新颖,更应注重其是否与当地的历史文化相融合,是否与景区的人文景观相协调,是否进行了文化传承与创新。

(本版编辑 龚立仁 整理)