

时评

文旅企业走出困境 练好内功至关重要

企业自身所具备的生存能力、发展潜力、创新功力等是生存和发展的根本性条件。政府和社会的政策性扶持、救济固然能够起到一定的支持作用,但企业自身不断练好内功、强筋壮骨才是克服一切困难、谋求生存发展的根本之路

□ 特约评论员 王德刚

为贯彻落实党中央、国务院决策部署,扎实做好“六稳”工作、全面落实“六保”任务,着力打通政策落实“最后一公里”,切实发挥纾困惠企政策的积极作用,支持文化和旅游企业有效应对新冠肺炎疫情持续影响,文化和旅游部办公厅日前印发《关于进一步加强政策宣传落实 支持文化和旅游企业发展的通知》(以下简称《通知》)。《通知》要求,引导企业练好内功,并在提高企业经营管理能力、提升产品供给质量和服务水平、提升市场竞争能力和提高企业抗风险能力等方面提出了具体措施。

当前,疫情防控形势依然严峻,国内疫情时有散发,文化和旅游企业的生产经营活动仍面临较大的运营困难和不确定性,需要各级政府、主管部门、企业和社会各界群策群力,共同努力、共克时艰。同时也需要文化和旅游企业等市场主体,在充分利用好国家和各级政府扶持政策的同时,通过自身的努力,克服困难,走出困境。

观察

注重消费体验 把握旅游消费升级新趋势

注重体验与文化,意味着文化和旅游消费进入新的发展阶段。旅游消费升级需要业界反思旅游业态、旅游模式、旅游产品是否适应人们物质、文化与心理需求,需要反思工作重点是否与新发展阶段脱节,从而找到解决问题的路径

□ 特约评论员 张苗茆

今年国庆假期,旅游市场呈现由量向质转化的特点,旅游业在复苏的同时,消费升级趋势明显,旅游产品越发注重文化和体验,游客满意度不断提升。

文化、科技赋能驱动旅游消费升级。文化、科技广泛植入、融进各种旅游活动,其主要表现之一是与影视相关的事件发生地、影视拍摄地成为旅游吸引物。电影《长津湖》热映,辽宁的红色旅游景点、浙江天台的寒山湖都成为热门景区。在上海,四行仓库假日期间迎来参观高峰。近年来四行仓库的客流量与日俱增,受电影《八佰》热映影响,想身临其境体验仓库保卫战场景的游客络绎不绝。

文化赋能推动旅游消费升级表现在音频、短视频运用叙事策略拓展故事题材,从而增强旅游目的地传播效果。长沙近年来成为网红城市,长沙美食的声名远扬,夜间经济的摄人心魄,橘子洲头、岳麓山等景点走俏……这些与音频、短视频运用叙事策略有很大关系。根据荔枝集团发布的《2021 国庆国民收听大数据报告》,今年年轻人出游收听情感类广播剧需求大增。北京环球影城从开业到成为热门旅游地,资深播客对环球影城的音频叙事功不可没。

新的消费观念不再是年轻人的专利,人们假日消费更多转向符号性的心理满足。住宿业开始打破局限于住宿的理念,转向各种缤纷的主题内容;餐饮也充满地域、人文色彩,转向满足游客的心理体验。杭州睦和、仁和饭店运用市场细分,为亲子游打造专款产品,充满浓浓的“杭州味道”“杭州故事”,店堂氛围、菜品文化、游船出行都刻意追求游客体验。

文旅融合、新业态引领驱动旅游消费升级。文旅融合通过丰富产品内涵与功能,拓宽产品体验的深度与广度,开启游客的五感体验。武汉的“汉风国潮·礼赞祖国”时尚大秀不仅给游客带来一场听觉、视觉盛宴,还带来触觉、感觉的体验。传统剧目和非遗融合、地域特色和时尚结合,既展示了中华传统文化技艺,又糅合最新消费时尚,给游客带来高品质享受与体验。这类文旅融合产品在假期中表现抢眼,飞猪平台大数据统计显示,博物馆、非遗及文旅融合类相关商品订单量环比上涨逾 15 倍。

在旅游新业态新模式中,不乏“快闪店”“首店经济”“首发经济”的身影。一些快闪店无缝链接文化和旅游产品,进入游客假期行程中。快闪店的品牌化运作、场景化营销、数字化创意往往引人注目。假日期间,南京有快闪店甚至与艺术节结合,打破品

牌传播、实体零售、场景营销、时尚展演的界限。从全国范围看,去年快闪店行业交易额规模达到 3200 亿元,其中场地交易额规模突破 800 亿元。随着人工智能、VR、AR 等新技术在快闪店运用,快闪店等文旅业态前景可期、空间广阔。

提升员工素质和技能的专业培训活动,既能够稳定员工队伍,又有利于提高员工管理、服务的能力水平,为企业和员工自身发展积蓄能量。越是在困难的时候,企业越要增强信心,并通过培训、教育、活动组织等途径将发展的信心传递给员工。“旺工淡学”应成为企业进行季节性自我调剂的一种常态化机制。

其次,充分利用经营淡季,开展经营管理能力和业务培训,形成“旺工淡学”机制,不断提升企业素质、员工技能和创新能力,积蓄发展动能。人力资本是企业最重要的生产要素之一,市场低迷、员工闲置、收入减少往往会造成企业员工大量流失。因此,利用经营淡季开展系统、实用、有利于

牌传播、实体零售、场景营销、时尚展演的界限。从全国范围看,去年快闪店行业交易额规模达到 3200 亿元,其中场地交易额规模突破 800 亿元。随着人工智能、VR、AR 等新技术在快闪店运用,快闪店等文旅业态前景可期、空间广阔。

注重体验与文化,意味着文化和旅游消费进入新的发展阶段。注重体验与文化,其基础与前提是文化和旅游产业发达、消费动力强劲、消费满意度较高。

第一,我国文化和旅游产业已经夯实了发展基础,蕴含强大发展能量。今年旅游市场稳步复苏,中秋节假日期间旅游出游 8815.93 万人次,恢复至疫前同期的 87.2%;实现国内旅游收入 371.49 亿元,恢复至疫前同期的 78.6%。国庆节假期国内旅游出游 5.15 亿人次,恢复至疫前同期的 70.1%;实现国内旅游收入 3890.61 亿元,恢复至疫前同期的 59.9%。

第二,消费升级驱动有力。消费升级取代“排浪式”的商品消费,主要体现在对商品与服务高质量以及体验的追求上。新型消费成为消费市场重要增长点,今年 1 月至 8 月份实物商品网络零售额占社会消费品零售总额比重达到 23.6%。文化消费在对交通、餐饮、商业等周边产业带动方面发挥积极作用,文化体验成为驱动旅

文化和旅游企业进一步提高现代信息技术应用水平、加快推进数字化转型、拓展设备应用场景、创新服务模式、提升市场竞争能力是非常有必要的,也是支撑企业未来生产和发展的基础性条件。

最后,加强企业自身建设,进一步完善企业内部管理制度、提升创新能力和管理效益。企业内部的管理制度、业务流程是需要不断完善、改进的。文化和旅游企业可以利用经营淡季对企业自身进行系统性的“自查自检”,诊断问题和不足,以进一步完善内部管理制度、改进业务流程、提升创新力,让企业强身壮骨,让管理和服务更出效益。

总之,企业的生存和发展需要政府、社区、市场等各种因素和条件的共同支撑。从本质上说,企业自身所具备的生存能力、发展潜力、创新功力等是生存和发展的根本性条件。政府和社会的政策性扶持、救济固然能够起到一定的支持作用,但企业自身不断练好内功、强筋壮骨才是克服一切困难、谋求生存发展的根本之路。

游和消费的主要内容。

第三,消费满意度较高。中国旅游研究院的调研表明,旅游市场复苏的质量在提高,其中游客满意度可以一斑窥豹。今年上半年全国消费的整体满意度为 86.8,而一季度全国游客满意度达到 82.32,两者都超过上年同期水平。

旅游消费升级需要业界反思旅游业态、旅游模式、旅游产品是否适应人们物质、文化与心理需求,需要反思工作重点是否与新发展阶段脱节,从而找到解决问题的路径。

商务部前不久发布的《关于进一步做好当前商务领域促消费重点工作的通知》提出,顺应居民消费升级趋势,发展新业态新模式新场景,促进线上消费健康发展,促进品牌品质消费。据此,常态化疫情防控下,要把提升消费体验作为行业发展重要内容。一是要善于捕捉旅游消费热点。发展沉浸式旅游体验,在智慧文旅、人工智能、数字文博、遗产旅游、演艺娱乐等产业融合领域发力。二是要拓宽文旅融合深度。适应人们休闲方式个性化和多元化需要,进一步进行市场细分,增大文化附加值,发展周边产品与衍生品,推动文旅产品整体增值。三是要发展智慧旅游。以数字旅游再造产业链,以新型旅游产业体系驱动消费进一步升级。

目前,当地旅游基础设施及服务配套日趋完善,已建成发现王国主题公园、金石文化博览广场、狩猎场、希尔顿酒店、硬石酒店、汤景泽温泉等 20 多个文旅项目,拥有鲁普美术学院、大连民族大学、大连枫叶国际学校、大连美国国际学校等 10 余所院校,每年承办大连国际沙滩文化节、国际冬泳节、国际

方公里,海岸线长 35 公里,常住人口 7.2 万人。

金石滩拥有国家地质公园、十里黄金海岸等得天独厚的地理条件和资源优势,以发展高端旅游服务业为主导产业。十里黄金海岸,沙滩平缓,是中国十六大健康型海水浴场之一。东部滨海国家地质公园、金石园,凝聚了震旦纪、寒武纪的地质奇观,被称为“凝固的物态世界”“天然地质博物馆”。其中,干裂构造岩石——龟背石,是世界上现存的两块中块体巨大、保留完整、断面结构显露清晰的沉积岩标本,规模巨大,被誉为“天下第一奇石”。

目前,当地旅游基础设施及服务配套日趋完善,已建成发现王国主题公园、金石文化博览广场、狩猎场、希尔顿酒店、硬石酒店、汤景泽温泉等 20 多个文旅项目,拥有鲁普美术学院、大连民族大学、大连枫叶国际学校、大连美国国际学校等 10 余所院校,每年承办大连国际沙滩文化节、国际冬泳节、国际

话题汇 • 智慧旅游大家谈

推进智慧景区建设 满足大众旅游需求

疫情加速推动了 5G、人工智能、物联网、大数据等“新基建”在旅游景区智慧化建设中的实践应用,也使越来越多的旅游企业清醒地认识到景区向数据化、智慧化转型的必要性,一批拥有鲜明 IP 的智慧景区渐次落地

□ 高明

2019 年,国务院办公厅印发的《关于进一步激发文化和旅游消费潜力的意见》提出,推进“互联网+旅游”,强化智慧景区建设,实现实时监测、科学引导、智慧服务。到 2022 年,5A 级国有景区全面实行门票预约制度。

近年来,各地景区尝试引入大数据、物联网、云计算等先进信息技术推动“互联网+旅游”发展,各级文化和旅游部门纷纷借助旅游信息终端、通信工具、健康码、通信行程卡等方式,对景区实行线上预约购票、错峰分流、刷脸入园等措施。

某种程度上,景区智慧化已成为我国大众旅游时代的新特征。疫情加速推动了 5G、人工智能、物联网、大数据等“新基建”在旅游景区智慧化建设中的实践应用,也使越来越多的旅游企业清醒地认识到景区向数据化、智慧化转型的必要性,一批拥有鲜明 IP 的智慧景区渐次落地。就应用层级看,我国智慧景区实践大致可归纳为下述四方面:

一是景区综合安防。旅游者在景区的观光范围大、流动不规律,这对景区安全管理提出了很高要求。传统景区的安防系统数据丰富,但在实时信息提取方面存在较大的技术鸿沟,资源利用率低、非可视化、高度依赖人工、准确率不高等问题突出。

随着信号传输技术及图像处理技术的发展,人脸识别、行为识别、AR 现实增强、结构化应用以及大数据分析等技术有效解决了景区视频监控分辨率不足问题,从而将智能视频监控技术在景区中实现了针对性的场景应用。如尝试使用超星光技术,使用大靶面高清镜头搭载超低照度传感器,使得景区内的所有监控视频无论黑夜白天,都能够清晰并全彩,为后续的相关智能视频技术应用打下了坚实的技术基础。

二是车辆及停车场管理。旅游交通兼具季节性、区域性、服务与消费同步性等特点。智慧景区停车场景应用中,大多技术处于探索阶段,人工管理方式仍是主流。在北京、上海、广州等城市,部分 A 级景区已尝试利用人工智能和识别技术解决停车效率低问题。通过智能视频监控技术将景区停车场改造成无人值守停车场。

三是业务统计分析系统。国内旅游市场高速发展和国际旅游市场的回流,使得近程旅游、自驾游、家庭亲子出游频次大幅增加。因此,智慧旅游业务统计分析系统重点发展方向应是结合线下海量大数据的匹配,实现景区游客男女比例、年龄结

构、客源地、收入结构、常用 APP 等基础信息的分析,进而形成有价值的营销基础数据,为精准营销提供重要的数据支撑,为发掘好的旅游产品提供重要依据。

四是旅游电子商务。疫情防控常态化背景下,电子商务平台的属性加速向服务的连接者转变,在企业 and 用户之间建立起双向信息交流和传递渠道。对景区而言,建立基于游客利益诉求的双向信息交互平台十分重要。这要求景区电子商务平台发挥关系营销、情感营销、数字营销的优势,及时了解游客实际需求,在文化传播方面实现景区与旅游者的双赢。

智慧九寨、智慧黄山、智慧颐和园、数字圆明园、微丽江、“互联网+龙门”等国内景区的智慧化实践,为景区高质量发展打开了一扇窗。新技术与新行业的结合,让景区变得更加信息化、智能化。景区在智慧化建设过程中涉及的利益主体众多,是一个系统且漫长的过程。笔者建议,应重点在下述三个方面实现突破:

一是从单一旅游景区向旅游综合体发展。与传统景区的单一游览属性不同,智慧景区高度依赖智慧化手段,在充分挖掘本土文化资源的基础上持续丰富上下游产业链。智慧景区也将以满足更多旅游类型需求为己任,联动博物馆、艺术馆等“三馆一场”,深化线上数字化体验产品,让旅游资源借助数字技术“活起来”,在云旅游、云演艺、云直播、云展览等新业态培育方面打造复合型旅游体验综合体,进而提高景区的盈利空间。

二是以景区为中心向全域延展。受制于时空的边界,单一旅游景区很难满足不同游客的需求。因此,景区智慧化应适应全域旅游趋势,积极建构目的地景区的信息互动和联动发展机制,在发展联盟的基础上不断增强旅游者黏性,提升景区的辐射能力。

三是从走马观花向深度体验转变。智慧化是手段,优质化是目的。旅游是综合产业,旅游消费是一连串消费行为的集合。智慧景区建设要有“旅游目的地运营”的视野,从“等着客人来”到“引着客人来”,从“玩好”到“全场景优质消费”。只有这样,才能让游客既一路看到好风景,又全程拥有好心情。

未来,除 5G、大数据、云计算、人工智能、虚拟现实、增强现实等新一代信息技术在优化旅游服务方面发挥价值外,以“一机游”“一码游”为代表的智慧旅游公共服务平台模式将推动景区朝着满足游客深度体验方向纵深发展。

(作者系浙江省义乌市文化和广电旅游体育局副局长)

2021 全国旅游景区高质量发展(金石滩)培训班火热报名中

“全国旅游景区高质量发展培训班”是中国旅游报社策划组织,面向全国各级文化和旅游行政部门、旅游景区、旅游度假区以及旅游企业集团的全国性专业培训项目。

为更好地总结、交流全国旅游景区发展模式、经验,助推新时代旅游景区高质量发展,2021 年 10 月 27 日至 30 日,由大连市文化和旅游局指导,中国旅游报社主办,大连金石滩国家旅游度假区管委会、大连金石滩旅游集团有限公司协办,大连金石滩国家旅游度假区鲁能希尔顿度假酒店支持单位:世界旅游城市联合会媒体分会

国旅游从业者搭建一个学习提升、广泛交流与合作的平台。有关事项如下:

一、组织机构
指导单位:大连市文化和旅游局
主办单位:中国旅游报社
承办单位:大连金石滩国家旅游度假区管委会、大连金石滩旅游集团有限公司
协办单位:大地风景文旅集团
支持单位:世界旅游城市联合会媒体分会
官方网站:中国旅游新闻网
二、培训时间
2021 年 10 月 27 日至 30 日
三、培训地点
大连金石滩国家旅游度假区鲁能希尔顿度假酒店
四、培训形式
1. 资深专家专题授课
2. 知名景区介绍经验
3. 专家学员互动交流
4. 专业教材理论指导

5. 创建经验实地学习
五、招生对象
各旅游景区和旅游度假区有关负责人、各地文化和旅游厅(局)有关负责人及文化和旅游企事业单位有关代表等。

六、培训班安排
10 月 27 日下午:报到
10 月 28 日上午:2021 全国旅游景区高质量发展(金石滩)培训班开班仪式、专家授课
10 月 28 日下午:专家授课、交流发言
10 月 29 日上午:专家授课
10 月 29 日下午:实地学习
10 月 30 日:返程

七、承办地简介和实地学习线路
大连金石滩国家旅游度假区是 1992 年国务院批准设立的综合性的旅游度假区,是国家级风景名胜、国家 5A 级旅游景区、国家生态旅游示范区、滨海国家地质公园。辖区总面积 70.34 平

方公里,海岸线长 35 公里,常住人口 7.2 万人。

金石滩拥有国家地质公园、十里黄金海岸等得天独厚的地理条件和资源优势,以发展高端旅游服务业为主导产业。十里黄金海岸,沙滩平缓,是中国十六大健康型海水浴场之一。东部滨海国家地质公园、金石园,凝聚了震旦纪、寒武纪的地质奇观,被称为“凝固的物态世界”“天然地质博物馆”。其中,干裂构造岩石——龟背石,是世界上现存的两块中块体巨大、保留完整、断面结构显露清晰的沉积岩标本,规模巨大,被誉为“天下第一奇石”。

目前,当地旅游基础设施及服务配套日趋完善,已建成发现王国主题公园、金石文化博览广场、狩猎场、希尔顿酒店、硬石酒店、汤景泽温泉等 20 多个文旅项目,拥有鲁普美术学院、大连民族大学、大连枫叶国际学校、大连美国国际学校等 10 余所院校,每年承办大连国际沙滩文化节、国际冬泳节、国际

马拉松大赛等多项节庆活动和体育赛事,是我国具有较高知名度的旅游目的地。

2019 年,金石滩度假区获得中国十大适游景区和十大热门景区、“中国国家旅游最佳休闲旅游目的地”和“中国旅游影响力年度文化景区”荣誉。2020 年,被中国旅游景区协会评为“全国抗击疫情突出贡献景区”,并入选“中国旅游产业影响力案例”,获得“2020 年度中国旅游影响力品牌案例奖”。

未来,金石滩国家旅游度假区将以“高起点定位、高标准规划、高质量发展”为遵循,以“创新、特色、精品”为引领,以“品质、品位、品牌”为追求,以“风情、浪漫、活力”为特质,以“旅游+度假、文化、体育、康养、研学、婚庆”为主导,坚持生态优先、文旅融合、转型发展,以龙头之势带动大连旅游业高质量发展,全力打造世界级滨海旅游度假胜地和唯美浪漫的爱情胜地。

实地学习线路:大连滨海国家地质

公园——十里黄金海岸——金石文化博览广场 EX 未来科技馆——地球之光科普体验馆——生命奥秘博物馆

八、报名方式
参加代表请登录中国旅游新闻网(www.ctnews.com.cn)下载报名表并于 2021 年 10 月 20 日前将报名表和汇款凭证发至 baoshehuodong@163.com。会务组将安排有关接待。

报名热线:010-85168197
010-85168189
扫描上方二维码下载报名表
中国旅游报社
2021 年 10 月