

观察

用好“保证金”政策 支持旅行社恢复发展

各级政府和主管部门要进一步创新帮扶政策和扶持机制,为旅游企业纾困解难、恢复发展提供更多、更有效的支持条件;旅游企业也要练好内功、强筋壮骨,依靠自身发展和创新能力克服困难,探索疫情防控常态化下的生存和发展之路

□ 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,做好“六稳”工作、落实“六保”任务,用好旅游服务质量保证金政策,进一步支持旅行社行业恢复发展,文化和旅游部办公厅日前印发《关于用好旅游服务质量保证金政策 进一步支持旅行社恢复发展的通知》(以下简称《通知》)。

《通知》要求,各地文化和旅游行政部门要完善工作台账,指导和督促相关旅行社企业在全国旅游监管服务平台及时完成保证金信息变更和备案工作;要注意加强动态监管和信用监管,对未按要求足额缴纳保证金的旅行社,以及政策期满后未按要求补足保证金的旅行社,依法依规进行查处。已经开展保证金试点的地区要制订完备的预案,精准做好政策衔接,确保保证金保障游客合法权益的作用不能减弱。

新冠肺炎疫情发生以来,国家有关部门持续加强对受疫情影响较严重领域的政策性扶持。《通知》的发布旨在帮助受疫情影响严重的旅行社行业克服困难、渡过难关,为旅游行业恢

复发展保存基础力量。笔者认为,应从两个角度来研究和推动政策落地,让政策红利在帮助旅行社企业纾困解难、恢复发展中真正发挥积极作用。

从政府和主管部门层面,要以落实好《通知》为契机,进一步采取多种措施、创新帮扶手段,努力帮助旅游企业克服困难、渡过难关、恢复发展。

疫情发生以来,国家和地方各级政府、文化和旅游主管部门出台了系列的减费、降税、金融支持等措施,帮助受疫情影响的文化和旅游企业纾困解难、恢复生产,收到了良好的效果。

由于局部性的疫情散发时有发生,部分地区旅游业发展受到严重影响,特别是旅行社行业,组团和地接业务大幅度减少,甚至许多旅行社企业长期无正常业务,成为受影响最直接、最严重的领域之一。目前,全国有4万多家旅行社和上百万旅行社企业员工,企业的生存发展和员工的生活应该引起各级政府和主管部门更多的关注、关心。

有关部门应研究出台更加系统性的帮助旅游企业纾困解难、恢复发展的“政府救济+政策帮扶+市场启动”一体化政策工具箱,让企业经历较长的困难期后依然能够保存“复燃”的

“底火”,保存和稳定好旅游产业发展的基础力量。

从旅游企业层面,要充分利用好《通知》及其他帮助企业纾困解难、恢复发展的各项政策,自力更生,创新求变。

疫情发生以来,旅游企业遭受了巨大损失,希望得到政府和社会更多的理解与帮助,但从企业自身发展角度看,最关键的还是要靠自身努力。

许多旅游企业在产品创新、服务创新、商业模式创新、开拓新增长点等方面进行了一些成功的探索,积累了不少经验。常态化疫情防控背景下,旅游企业更要做好长远打算:

一要充分研究和利用好各级政府、主管部门出台的帮助旅游企业纾困解难、恢复发展的各项政策,让政策红利在旅游企业克服困难和恢复发展过程中发挥更大作用。

二要立足眼下、着眼长久。本次《通知》延长“保证金”暂退时间是主管部门从疫情防控形势和旅行社企业的实际困难出发,为旅游企业纾困解难出台的一条切合实际的帮扶政策,对于大多数旅行社企业来说,“保证金”可能是企业“最后的家底”,这笔钱怎么用、用到哪、用完了怎么

办?这些问题还需要企业的决策者们深思熟虑、未雨绸缪,特别是要做好开源节流、降本增效等工作,以打持久战的心态和精神努力维持企业正常运营。

三要根据疫情的影响和旅游消费者的需要,积极创新产品和服务,特别是在跨省团队游、长线游受到限制的情况下,积极开发本地游产品和市场,探索在疫情防控常态化形势下有安全保障、特色鲜明,适合本地休闲、度假、康养、体验的新产品、新业态、新服务,为企业生存和发展探索新的增长点、开拓新的路径。

总之,在旅游行业遭遇前所未有的困境的特殊时期,旅游企业的生存和发展需要政府的政策扶持和救济,更需要旅游企业依靠自身的能力和潜力,通过创新产品与服务进行自救和自谋发展。

各级政府和主管部门要以《通知》为示范和引导,进一步创新帮扶政策和扶持机制,为旅游企业纾困解难、恢复发展提供更多、更有效的支持条件;旅游企业也要练好内功、强筋壮骨,依靠自身发展和创新能力克服困难,探索疫情防控常态化下的生存和发展之路。

时评

国家公园门票预约将有效提升游览体验

□ 汪昌莲

近日,我国第一批5个国家公园正式设立。来自国新办举行的首批国家公园建设发展情况新闻发布会上的信息显示,国家公园将建立门票预约制度,原则上公益性的项目可能免费。

旅游法规定,景区应当公布最大承载量,景区接待旅游者不得超过最大承载量,旅游者数量可能达到最大承载量时景区要提前公告并及时采取疏导、分流等措施。同时,2019年

底,国家发展改革委和文化和旅游部等九部门联合发布《关于改善节假日旅游出行环境 促进旅游消费的实施意见》,其中提到要实施景区流量控制和门票预约制度。可见,国家公园对外开放后,将建立门票预约制度,并合理确定访客承载量,符合相关法律法规规定。

实际上,世界上许多国家公园都实行游客预约制度,游客去国家公园须提前向公园管理部门提出申请,依照公园每日接待游客的容纳量依次排队,得到批准后才能以前往。从表

面来看,这会使游客不能随时进入国家公园,但实际上却改变了游客过度集中的状况。让游客有序分散地进入公园游览,既保护了国家公园的自然生态环境,又保障了游客的参观质量和旅游体验。

故宫2015年开始已实行门票预售和限流政策,可以说是“门票预约”制度的有益探索。此前,庞大且持续增长的客流量,令故宫在文物保护、古建维护、游客安全等方面承受巨大压力。“预约制”有效破解了这些问题。

国家公园实行门票预约制度具有积极意义。门票预约并非简单的管理手段,当前尚需进一步完善相应的技术和服务,确保这项工作精细、精准。同时,游客也要改变观念,认识到门票预约的重要作用。门票预约作为一种新的景区管理手段,还需旅游行业各细分领域、上中下游主体共同整合旅游资源、完善服务技术和渠道,满足游客多元化需求。

此外,还要发挥价格调节作用,通过节日涨价、平时降价等方式,限制和分流游客量。特别是一些相对较冷的景区,应把主要精力投入营运模式创新,谋划一些游客参与性强的项目。

期待更多领域儿童票不再“罚大个”

□ 刘天放

近日,国家铁路局对原铁道部《铁路旅客运输规程》进行修订,并向社会公开征求意见。该意见提出,实行车票实名制,年满6周岁且未满14周岁的儿童可以购买儿童优惠票;年满14周岁的儿童,应购买全价票。这意味着,儿童火车票有望实现“看年

龄”而不再看“身高”。

近年来,儿童票按身高还是年龄,一直争论不休。据最新的《儿童身高体重标准表》,中国6岁男童身高范围为111.2至121厘米、女童为109.7至119.6厘米,11岁男童为132.1至152.1厘米、女童为133.4至153.3厘米。按目前标准,长得高的孩子6岁左右就要买半票,11岁左右就要买全票,这

被戏称为“罚大个”。

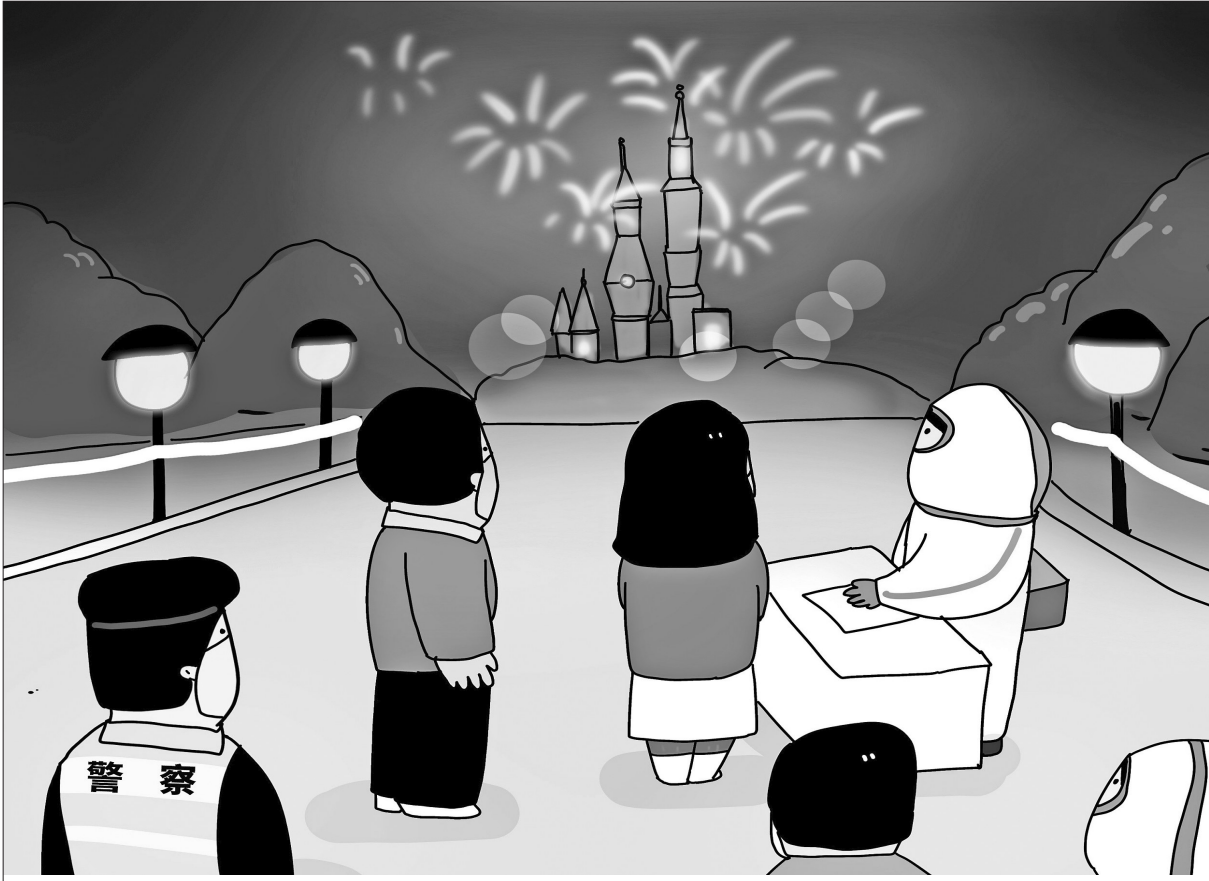
对此,取消儿童票“看身高”的呼声很高,一些地方开始放弃“看身高”而改为“看年龄”。

近期,多地轨道交通和公共汽(电)车对儿童免票标准进行了修订。而儿童火车票不再“罚大个”,无疑是一条重磅消息。这是人们期盼已久的“破冰”之举。

儿童火车票“看年龄”后,其他类儿童票是否也该不“看身高”而“看年龄”呢?

事实上,儿童票“看年龄”而不是“看身高”,符合客观实际,也是公平公正的体现。而且,儿童票“看年龄”,从技术操作上看并不难。

本着公平与公正原则,把儿童票(电)车对儿童免票标准进行了修订。而儿童火车票不再“罚大个”,其他行业应跟进,期待儿童票“看年龄”扩展至更多行业。



如约而至的烟花秀暖了游客心

据彭拜新闻报道,10月31日,上海迪士尼度假区接外省市协查通报,要配合新冠肺炎疫情排查,园区内的所有游客做完核酸检测方可离开。在核酸检测过程中,当晚原定的烟花秀照常进行,园内的游客和医务工作者在轻松的氛围中完成了核酸检测工作。

人民视觉 供图

话题汇●智慧旅游大家谈

以数字化为总抓手 让智慧旅游更智慧

□ 楼钢

经过10多年发展,智慧旅游在推动旅游行业治理、旅游公共服务、旅游营销推广及旅游体验等方面取得了一定的成效。随着旅游消费和旅游服务品质的不断升级,旅游行业必须主动适应新时代旅游发展趋势,在全域旅游、文旅融合以及数字经济发展的背景下,以数字化改革为总抓手和实施路径,通过数字化技术、数字化思维和数字化认知,实现从工具理性到制度理性的大变革,让智慧旅游更加“智慧”。笔者建议,从以下四方面推进智慧旅游发展:

一是坚持四个导向,解决旅游行业的突出问题。

首先,要坚持需求导向。群众的需求是智慧旅游发展的“方向标”。要聚焦游客、旅游企业、基层的高频事项,不断提升服务对象的获得感。例如,在假日期间,游客比较关注停车难、如厕难、排队难等问题,要从顶层设计推动假日旅游服务应用创新,提升游客满意度和获得感。

其次,坚持问题导向。要聚焦当前工作中的痛点、堵点、难点,集中进行攻关突破,提升旅游行业综合治理能力。例如,旅游数据统计和监测一直以来是行业发展的难点痛点问题,如何让统计和大数据监测两种手段实现有效融合,发挥大数据监测的时效性、动态性和统计方法的科学性,做到数据既准又有时效,是提升行业综合治理水平和治理能力现代化的重要基础课题。

再次,坚持效果导向。围绕激发旅游经济活力、社会活力,以及人的全面发展和社会全面进步,聚焦重点环节、关键领域,显著提升工作效率。坚持管用和实用的原则,充分发挥市场主体力量,推进政企协同发展。例如,在旅游信息服务方面,要充分发挥OTA平台的流量优势,政府通过制定数据标准,建立数据采集、管理和开放共享机制,形成政企协同、优势互补的发展模式,让更多群众看得到、用得着政府掌握的数据,从而提升服务水平。

最后,坚持面向未来导向。要着眼当前、兼顾长远,围绕高质量发展、竞争力提升。充分把握技术发展的前沿,对车路协同无人驾驶、数字孪生等新兴技术领域要做到“春江水暖鸭先知”。

二是要高效推进数据治理。数据作为一种新型生产要素,已成为推动我国经济高质量发展的重要动能。同时,数据作为新的生产要素,体现的是共享性和开放性,是认识世界和改造世界的关键因素。

首先,要遵从数据“从群众(企业)中来,到群众(企业)中去”的原则。要从数据采集源头,到数据应用对象,形成数据生成和数据应用的数据全生命周期闭环机制。要

围绕旅游公共服务、旅游行业监管等应用场景,制定旅游数据采集和管理服务规范。

其次,要树立“一体化”思维,从纵向和横向两个维度,建立省市县数据互联互通、政企共建共享的旅游数据仓,夯实数据资源目录,实现“数出一门”。

再次,要做好数据的深度挖掘与分析,摆脱大量无效、低频、僵尸的数据仅仅用来“看看”的窘境。要通过建立有效的数据模型,在旅游市场研判、旅游安全预警等方面实现智能应用,建构“用数据说话”“以数据谋划”的一屏掌控数据分析服务体系。

三是要设计落地一批多跨应用场景。多跨应用场景是通过数字化解决实际问题的核心抓手。要以自上而下和自下而上相结合的方式,谋划设计一批旅游多跨应用场景。坚持多元主体参与、多源数据共享集成、多部门业务协同的“三多”理念,全体系、全方位、全流程解决痛点、难点、堵点,实现业务流程的优化再造、线上线下的深度融合。

从政府监管角度看,要以旅游安全监管为重点,加强旅游新业态安全和假日旅游安全的监管,建立新业态风险隐患“三色图”和假日旅游专题多跨应用场景,通过数字赋能,有效缓解假日期间如厕难、停车难、排队难的问题。

从服务游客角度看,要充分整合省市县三级旅游资源、产品等数据,跨部门共享公安、交通、气象等部门数据,形成“一站式”旅游信息服务平台,为游客提供权威、实效的信息。探索“智慧旅游+未来乡村”“智慧旅游+未来社区”的运营模式,为乡村和社区居民游客提供高质量旅游服务。

从企业发展的角度看,要为企业搭建资源要素平台,推进企业数据上云,通过数据赋能为企业提供政策兑现、信用评价、产品推广等企业运营服务。

四是要建立智慧旅游发展的理论和制度体系。要体现智慧旅游的“智慧”,技术是基础,制度是关键。数字化改革的核心是破除体制机制障碍,不是简单把数字化应用场景叠加到传统的体制机制上,也不是简单化、表面化的信息化建设、场景应用开发,而是以数字化驱动制度重塑,构建数字时代旅游消费和旅游供给的新型生产关系,使上层建筑适应生产力和生产关系发展。

智慧旅游可以通过数字化改革,把共同富裕的目标与旅游体制机制改革结合在一起,谋划一批适应山地旅游发展、农旅融合发展的多跨应用场景,建立相应的技术和管理服务标准,形成一批制度和理论成果,让智慧旅游更有温度。

(作者为浙江省文化和旅游厅宣传推广信息中心副主任)

“五条底线”给特色小镇上了“紧箍咒”

□ 钱立功

近日,国家发展改革委表示,将清理清单外特色小镇,对此前已建设或命名的特色小镇进行全面审核,对不符合要求的进行清理或更名,特别是对虚假虚拟的“特色小镇”要坚决清理,对违反“五条底线”的行为限期整改。

近年来,在“创新、协调、绿色、开放、共享”新发展理念指导下,具有鲜明时代特征的中国特色小镇建设逐步步入规范健康的发展轨道。目前,各地区特色小镇建设从注重数量逐步转向注重质量。特色小镇清单内保留了1600个左右,共吸纳就业人数约440万人,累计完成投资约3.5万亿元,年缴纳税收约2800亿元,促进了经济转型升级和新型城镇化建设。

建设特色小镇有助于推动新型城镇化发展,进一步缩小城乡差距,推动产业转型升级,保护传统文化和建筑,促进农民思想意识转变,增强旅游业发展后劲,推进生态环境保护。

但是,有的地方特色小镇存在无序发展问题,出现了住宅用地占比过高、有房地产化倾向的不实小镇,以及特色不鲜明、产镇不融合、破坏生态环境的问题小镇。

为进一步促进特色小镇规范健康发展,国家发展改革委等10部门联合印发《全国特色小镇规范健康发展

导则》,进一步明确了特色小镇建设的“五条底线”,即:合规用地底线、生态环保底线、债务防控底线、居住不炒底线、安全生产底线。“五条底线”的提出,给特色小镇盲目、无序建设上了一道“紧箍咒”。

凡事只有坚守“底线”才不会跑偏,规范发展才能行稳致远,特色小镇建设也不例外。各地应因地制宜、突出特色,严控数量、提高质量,防范风险,扎实推进特色小镇规范健康发展。

要准确把握特色小镇发展定位,秉持少而精、少而专方向,找准优势,建立特色小镇清单,落实相关底线要求,人均GDP少于1万美金的清单内特色小镇原则上不多于50个,鼓励控制在30个以内,切不可千镇一面,贪多求全。

要遵循经济规律、城镇化规律和城乡融合发展趋势,合理谋划设计特色小镇空间布局,推进生产生活方式“三生融合”、产业社区文化旅游“四位一体”。坚持质量第一、效益优先,确保特色小镇投入强度够、质效水平高、创新活力足、低碳效应强。统筹加强特色小镇建设发展的全环节管控,建立特色小镇“全生命”周期管理机制,对虚假虚拟的“特色小镇”要坚决清理。

要秉持宁缺毋滥的原则,守正纠偏,把宝贵资源投入到真正的小镇建设中来,让特色小镇名副其实。

声音

“本土主题公园如何树立自己的高附加值品牌化IP?如何通过IP影响力不断丰富自身的盈利模式?这一课必须要学”

——面对洋品牌主题公园的冲击,国内主题公园应该如何应对?《经济日报》发表评论指出,在文化主题打造、经营管理等方面,“顶流明星”环球影城的身上确实有不少值得学习和借鉴之处。在传统文化的泥土里寻找根基,在时尚潮流的元素中呈现创意,从不同文明中寻求智慧,在不远的将来,本土主题公园一定也能够诞生出像环球影城一样的世界级文化旅游目的地。

“只追求赚快钱的景区,毁掉的不只是自己的口碑,更会给国内旅游市场的健康发展造成冲击”

——《光明日报》日前发表题为《网红景点货不对板,好口碑才是真“滤镜”》的评论指出,许多景区热衷于借助互联网渠道进行宣传,希望成为“网红”景点,作为顺应消费趋势的一种营销方式,这本也无可厚非。但遗憾的是,一些景区在这条路上走偏了,太过急功近利,不寻思稳扎稳打修炼“内功”,靠实实在在的品和服务“圈粉”,只想要靠着厚厚滤镜的照片甚至“照骗”出圈。

(本版编辑 龚立仁 整理)