专家解读

打造共同富裕的新时代文化高地

《关于高质量打造新时代文化高地推进共同富裕示范区建设行动方案（2021—2025年）》就共同富裕这一新时代重大理论和实践命题作出了回应，其提出的系列目标、任务和举措，立足当下，放眼长远，亮点频现

□ 周玲强 冯一鸣

实现共同富裕，是社会主义的本质要求，是人民群众的共同期盼，是我们党矢志不渝的奋斗目标。文化和旅游部、浙江省政府近日联合印发《关于高质量打造新时代文化高地推进共同富裕示范区建设行动方案（2021—2025年）》（以下简称《方案》），旨在深入贯彻落实《中共中央国务院关于支持浙江高质量发展建设共同富裕示范区的意见》，打造新时代文化高地。《方案》就共同富裕这一新时代重大理论和实践命题作出了回应，其提出的系列目标、任务和举措，立足当下，放眼长远，亮点频现。

做大做强，提质增效创造财富。文旅产业历来是创造财富的重要抓手，文化和旅游高质量发展亦是高水平共同富裕的外在彰显。《方案》首次提出“文化和旅游成为高质量发展建设共同富裕示范区的牵引性载体”，这一论断具备经济学意义上的天然合理性，体现了对文旅产业附加值、投资回报率、社会正外部性等优势的高度认同。丰富的业态和完善的产业链条是扩大文旅消费体量、塑造文旅产业盈利新优势的关键。对此，在文化领域，《方案》以具体文化资源为支点，链接整合文化和旅游资源普查、文化遗产保护、艺术创作表演、文化旅游场景和线路开发、文创产品研发、市场营销、惠民服务、对外宣传交流等链条环节，有助于形成“一个IP，多方共促，多方共富”的良好文化生态闭环。在旅游领域，《方案》着眼于市场需求的细处、新处，支持度假休闲、乡村旅游、海洋旅游、山地旅游、红色旅游、康养旅游、研学旅游、科技旅游、工业旅游、邮轮旅游、低空旅游、自驾车旅居车旅游等细分业态、新兴业态发展，并拟提出针对性的政策体系，为不同旅游市场类型的财富积累指明方向。

关注分配，公平合理共享财富。共享性是共同富裕的本质属性之一。为使文旅创造的财富公平、合理地为广大人民群众所共享，《方案》就文旅富民增收问题提出系列举措。支持实施促进居民收入十年倍增计划，推动实现万户农家旅游致富，目标具体、旗帜鲜明。探索旅游促进农民增收的监测办法，成立乡村文化和旅游高质量发展监测研究中心，便于及时监测旅游富民的社会效益，避免乡村旅游发展成果分配失衡。在中国乡村旅游发展中，社区充分参与、利益相关方平衡互补等发展理念已深受社会各界关注，但在实践层面仍需进一步落实。《方案》支持浙江完善并推广“旅游公司+村集体+村民”整村运营模式，有助于实现村民和村集体的大范围增权赋能，引导村庄这一共同富裕微观单元走向更民主化的健康发展道路。

内容为本，关注共同富裕精神维度。共同富裕不是简单的“分钱”问题，而是物质财富与精神财富的共同富裕。实现精神维度的共同富裕，是文旅行业应当承担的特殊使命。当下，我国人民群众的文化生活服务体系仍有待完善，优质内容供给需要加强，精神文化生活不够充分，公共服务供给还不平衡。针对这些实际问题，《方案》在文旅安民、富民、乐民方面先行先探。首先，在内容基础上，推动社会主义核心价值观融入文艺作品创作，为后端的相关文化服务提供源源不断的优质资源。对未成年人、老年人、现役军人、残疾人、外来务工群体和低收入群体提供费用减免、艺术普及等福利，有望在整体上拓展人民群众参与文化的广度和深度。建设“处处能旅游、时时可旅游、行行加旅游、人人享旅游”的美丽大花园，彰显旅游的人民性。

数字驱动，搭建共同富裕资源通路。多年来，浙江省持续深化“数字浙江”建设，已形成数字经济与科技的领先优势。文旅数字化发展可以在诸多方面为共同富裕作出贡献，如科学识别贫富格局、推进文旅服务下沉、促进文旅信息共享、提升文旅行政管理效率等。《方案》支持浙江建设城乡共享的“智慧文化云”，拟推出标志性数字化新应用场景，提供适老化智能产品、网络视听和数字艺术培训服务，鼓励数字文化与社交电商、网络直播、短视频等在线新经济融合发展。作为提升治理能力针对性、有效性的关键一招，文旅数字化必将让全体人民体验更多的获得感、效能感、现代感，在科技人文关怀中实实在在地享受到共同富裕的成果。

理念引领，激发共同富裕内部动力。共同富裕不仅是党和国家的宏伟战略，也是一项需要人民积极参与、深度参与、广泛参与的伟大事业。激发共同富裕的内部动力，应当在全社会营造共同富裕的浓厚文化氛围，让老百姓对共同富裕有认识、有期待。打造新时代文化高地，理应担此重任。《方案》强调，应加强共同富裕主题作品创作生产，从党史、新中国史、改革开放史、社会主义发展史中汲取共同富裕的价值理念并深入宣传，夯实共同富裕的思想道德基础，推动共同富裕理念融入日常生活。这将助推共同富裕成为强大的文化符号，更加充分地植入每一位中华儿女的文化基因，成为一种自主、自觉的美好愿望与奋斗目标。

制度赋能，永葆共同富裕外部活力。共同富裕并非在某个时限前达成的最终结果，而是持久的、动态的社会建构过程。在让人民群众“富起来”的同时，应当同时保证富裕的可持续，以防“富起来”成为短暂的灿烂光景。《方案》提出体制机制改革创新的系列举措，强化共同富裕的外部保障。值得一提的是，“探索完善现代化治理”与浙江省“争创社会主义现代化先行省”的目标不谋而合。现代化的本质是理性、科学、规范、效率、契约代替先验主义、经验治理的过程。《方案》在文旅现代化治理方面强调推进法治建设，构建文旅市场信用体系、标准化体系、产业核算体系、文化和旅游富民贡献率指标，将为文化和旅游经济发展与综合管理提供更普适、更规范的梁柱框架。

总体上看，《方案》既是对浙江高质量打造新时代文化高地的基础、优势和空间的充分肯定，也赋予了浙江先探破题、示范推广的时代使命。相信在《方案》的引领下，浙江定能向党和人民交出满意答卷。

（作者单位：浙江大学管理学院）

观察

推动文明旅游工作再上新台阶

□ 孙若风

旅游是一种审美活动，游客进入的是情景交融的现实意境，它以知、情、意的方式感知对象，发现美、呈现美、体验美，也传播美，而且是一个主客共创共享的审美过程，因此，文明旅游是这个行业的本质需求，也是人民群众的热切期待。旅游路上，美景深处更美的风景是文明，最让人惬意的“风”是文明之风。

今年3月，文化和旅游部办公厅印发《关于开展〈文明旅游示范单位要求与评价〉（LB/T 075-2019）实施工作的通知》，随即启动评定工作。日前，第一批国家级文明旅游示范单位经公示后正式发布。开展文明旅游示范单位评定工作，是贯彻落实习近平总书记重要指示精神、弘扬和践行社会主义核心价值观的重要举措。中共中央、国务院印发的《新时代公民道德建设实施纲要》，对文明旅游工作作出明确部署，为开展文明旅游示范单位评定工作提供了基本遵循。党的十八大以来，文化和旅游行业坚持不懈抓好文明旅游工作，为开展文明旅游示范单位评定工作奠定了坚实基础。刚刚推出的首批国家级文明旅游示范单位，就是经过层层选拔、认真评定、向社会公示后产生的好典型。相信在它们的带动下，一定会涌现出更多的文明旅游标杆，带动整个行业的文明建设。

大力推进文明旅游工作，有利于提高城乡文明程度和国家形象。旅游业是社会窗口行业，加强行业精神文明建设，树立行业主流价值标杆，不仅能提高从业人员文明素质和文明旅游工作水平，还会影响社会、影响各行各业的企业和个人，共同推动公民道德素质和社会文明程度进一步提升。当前，旅游业在全国城乡蓬勃发展，抓好文明旅游建设至关重要。随着文明旅游工作的扎实推进，人们走到哪里，诗与远方就在哪里，文明之风就带到哪里。人是一个地区、国家的文化载体，文明旅游直接反映旅游者的道德素质和社会文明程度，每个人都是中国文化的使者，更应符合世界对来自文明古国游客的心理预期。

大力推进文明旅游工作，有利于旅游业高质量发展。创建文明旅游示范单位，是深入贯彻落实新发展理念、加快构建新发展格局的重要举措，有利于促进旅游经营单位精细管理、规范运营、提升服务，更好满足人民群众对旅游服务及旅游体验的新期待新需求。近年来，越来越多的企业高度重视文明创建工作，作为企业文化的重要组成部分，对内强化文明管理和运营、提高员工文明素质，成为提升企业形象、打造产品品牌、强化项目竞争力的手段，进而成为企业的轻资产和软实力。

大力推进文明旅游工作，有利于提高大众幸福指数。在全域旅游深入推进、大众旅游方兴未艾之际，文明旅游创建，与大众的旅游获得感息息相关。游客是旅游消费主体，又与旅游经营者一起共同成为文明旅游的创建主体。游客参与营造旅游环境，又受旅游环境的影响，游客人格健全与旅游业成长具有正相关性。当前，旅游业发展呈现出的一个新趋势，是满足人全面发展的需求。疫情的发生进一步强化了这样的趋势。

“我为人人，人人为我”表现在旅游业上，就是每个游客要想让自己游得放心、开心，就得先从自己做起，当一个文明游客。每一次旅游，都是人与景互动产生的场景，应该人与景两相宜。

文明旅游关涉经营与消费两个方面，评定文明旅游示范单位，从经营方入手，不仅要加强自身文明旅游建设，也要加强向旅客开展文明旅游宣传、营造文明旅游环境、引导和支持文明旅游志愿者活动。应该说，评定文明旅游示范单位，找到了一个很好的切口，是文明旅游工作的创新。

《旅游学——要素·实践·基本原理》一书中对“旅游”作出了这样的阐释，“乃是由旅游者、吸引并接待来访的旅游供应商、旅游接待地政府、旅游接待地社区以及当地环境等所有各方之间的关系与互动引发的各种过程、各种活动及其结果。”文明旅游示范单位的创建工作，正是基于这样一个游客与旅游业各方密切互动引发的过程、活动和结果，一定会对全社会文明程度的提高发挥积极作用。

“你站在桥上看风景，看风景的人在楼上看你。”在文明旅游创建过程中，游客如斯，企业如斯，社会如斯。

（作者系全国旅游标准化技术委员会主任）

突出新“五感” 提升红色旅游品质

以视觉、听觉、触觉、嗅觉、味觉为核心的“五感”是旅游产品设计的基石，具备多感官要素的旅游产品可以为游客带来更好的旅游体验。红色旅游要获得大众青睐，打造具备新“五感”的红色旅游产品，是助推红色旅游持续发展的关键所在

□ 王金伟 余得光

重温红色故事、回望先辈足迹、瞻仰革命圣地……近年来，红色旅游不断升温，各地涌现出一大批具有创新性的红色旅游产品。以视觉、听觉、触觉、嗅觉、味觉为核心的“五感”是旅游产品设计的基石，具备多感官要素的旅游产品可以为游客带来更好的旅游体验。笔者认为，红色旅游要获得大众青睐，打造具备新“五感”的红色旅游产品，是助推红色旅游持续发展的关键所在。

一是突出“新奇感”，革新创意形式。红色文化历久弥新，红色精神薪火相传。红色旅游围绕红色资源开展，承担着弘扬红色文化、凝聚红色精神的重要功能。若要让青少年不负革命先辈期望，接过赓续红色血脉的旗帜，就需要以青少年的认知特点与选择偏好为出发点打造红色旅游特色产品。通过革新创意形式改变传统红色旅游说教式方式，提供全新的红色旅游体验，提升红色旅游对于年轻群体的吸引力，从而使红色文化更具活力，让红色精神更具生命力。

二是突出“情境感”，还原历史场景。传统的红色旅游依托革命圣地、纪念地或主题博物馆而开展，对于历史的呈现主要依赖于器物展陈与导游讲解。然而，仅凭有限的实物往往难以让游客产生对历史的完整认知，一般的导游讲解也无法给游客带来直观的感受。得益于全息投影、裸眼3D以及VR、AR等技术手段，创意红色旅游突破了传统展陈的局限性，通过还原历史场景，使人产生身临其境之感。创新的红色旅游体验使游客仿佛回到了历史事件发生的时间与空间，通过触摸历史脉搏，追寻先辈足迹，获得更加直观的体验，引发更深层次的感触。

三是突出“体验感”，融入沉浸互动。沉浸式红色旅游作为创意红色旅游的主要形式之一，在沉浸式氛围营造的基础上，进一步深化了游客的体验感。《那年八一》《秋收起义》《再回延安》等红色文化沉浸式实景剧在历史发生地打造实景演艺，依托声、光、电数字多媒体视听技术与舞美、投影运用，融入沉浸式互动，活化历史故事，使游客成为历史事件的“亲历者”，为游客带来耳目一新的红色旅游体验。除了沉浸式实景剧之外，沉浸式情景党课也成了创意红色旅游的新亮点。如《武汉1927》将“船长9号”长江游轮作为党课的情景空间，通过沉浸式体验与互动演绎带领游客重回1927年，见证“八七会议”等重大历史事件。

四是突出“代入感”，游客参与剧情演绎。剧本杀作为深受年轻群体追捧的新兴娱乐方式，已成为一股潮流。在大浪淘沙的剧本杀潮流中，只有具备故事性及戏剧冲突的优质剧本才能让参与者在体验过程中获得良好的体验，只有赋予剧本具有特色的文化底色才能规避“千篇一律”的类型化趋同问题。“红色旅游+剧本杀”可以说是极具创意的完美组合：红色旅游所依托的历史背景为剧本杀多样化的角色塑造提供了依据，构成了一个有据可查、严丝合缝的剧情体系。游客可通过角色的代入亲身参与历史剧情演绎中，实现历史内容体验与红色文化主题之间的深度联结。

五是突出“共鸣感”，形成文化认同。今年是中国共产党成立100周年，《觉醒年代》等一系列红色影视剧接连“出圈”，并在年轻群体中成功“种草”，与其关系密切的红色旅游顺势而为，产生了一系列红色旅游“打卡”目的地。“新青年必去红色景点打卡合集”“《觉醒年代》同款红色路线攻略”成为备受年轻人追捧的出游选择。红色旅游在青年群体中的走红是文化自信的生动表现，满怀青春热血的年轻人在红色之旅中唤醒红色记忆、追忆红色岁月，紧扣时代脉搏，奏响时代强音。创意红色旅游有助于实现个体与集体之间的同频共振，引发爱国情怀的心灵共鸣，让每个个体自发传播红色文化。

以“新奇感”“情境感”“体验感”“代入感”“共鸣感”为核心，创意红色旅游凭借创新的形式还原历史场景，游客可以更好地在沉浸式体验中身临其境，感悟历史、传承文化。

（作者单位：北京第二外国语学院旅游科学学院）

旅游休闲街区 美好生活新空间

□ 宋子千

文化和旅游部办公厅、国家发展改革委办公厅日前印发《关于开展国家级旅游休闲街区认定工作的通知》，首批国家级旅游休闲街区让人充满期待。

2020年10月，党的十九届五中全会通过《中共中央关于制定国民经济和社会发展第十四个五年规划和二〇三五年远景目标的建议》（以下简称《建议》），首次提出“打造一批文化特色鲜明的国家级旅游休闲城市和街区”。随后，《中华人民共和国国民经济和社会发展第十四个五年规划和2035年远景目标纲要》对此作了专门部署。为落实上述文件精神，文化和旅游部组织起草了《旅游休闲街区等级划分》行业标准。该标准将旅游休闲街区分为国家级和省级2个等级，于2021年4月正式实施，此次国家级旅游休闲街区认定工作正是基于该标准。此次认定既是对前期工作的一次验收，也意味着人们的美好生活有了新的承载空间。

旅游休闲日益成为人们日常生活的重要组成部分，这是旅游休闲街区建设的重要背景。“民有所思，国必回应”，旅游休闲街区建设上升为国家层面部署的一项重点工作，必将推动旅游休闲迅速发展。

值得关注的是，旅游休闲街区的提法将旅游和休闲并列，突出了二者的融合。从概念上来看，过去我们对于旅游强调的是空间上的异地性，而对休闲强调的是时间上的自主性。而如今，旅游和休闲二者日渐融合，有时很难区分开来。一方面，随着出游机会的增多，人们的旅游活动越来越休闲化，旅游者可深入城乡各个角落，体验当地居民的生活方式；另一方面，随着人们生活水平的提高，市民休闲活动也日益丰富起来，休闲和旅游的界限越来越模糊。一些特定的场所，如历史文化和购物休闲类的街区尤其如此。在疫情防控常态化下，远距离出游受到影响，人们更多地选择周边游或就近休闲。在这个时点评定首批国家旅游休闲街区，能很好地满足人民群众的切实需求。

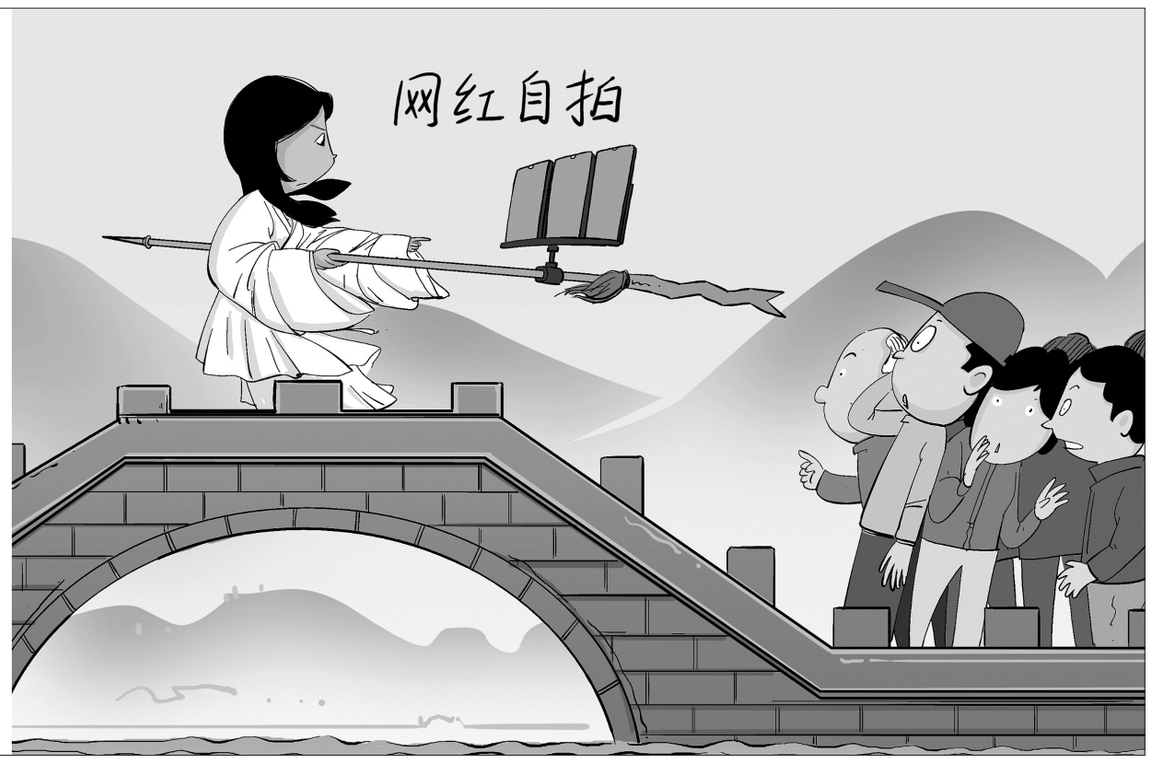
与旅游景区建设相比，旅游休闲街区建设突出文化特色。事实上，《建议》正是在阐述“推动文化和旅游融合发展”时提出了“旅游休闲城市和街区”这一概念，并明确指出，要打造一批“文化特色鲜明”的国家级旅游休闲城市和街区，这为旅游休闲街区建设指明了方向。旅游休闲街区需要提供满足人们吃住行游购娱的功能性设施，但更重要的是要能够给人们以深刻的文化体验，唯有如此，才能提升旅游休闲的品质和综合效益。

一个旅游休闲街区，如果让人们在参观游览和放松身心之余还有所感悟，并获得精神上的享受，那自然就是更高品质的街区，对于文化建设也能起到更大的作用。要做到这一点，旅游休闲街区就必须有自己的文化特色，比如对街区历史文脉的深刻把握。千百年哪怕是数十年的历史积淀，也足以让一个街区形成自己独特的文化基因。套用罗丹的名言来说，旅游休闲街区不是缺少文化特色，缺少的只是发现文化特色的眼睛。

首批国家级旅游休闲街区认定工作启动，对于文化和旅游行业发展来说是一件大事。其意义不仅在于多了一项国家级的品牌，而且在于为行业发展提供了全新的思路。

（作者单位：中国旅游研究院政策与科教研究所）

网红占用景区桥 堵路拍摄一小时

近日网络上传播的一段视频显示，浙江杭州塘栖古镇景区内，某“网红”团队在在广济桥上拍摄视频，并拦截其他过路游客。拍摄者在视频中称，该团队占用桥近一个小时。11月29日，景区工作人员称暂不清楚此事，但此种行为是不允许的，园区内如有工作人员看到会制止。

视觉中国 供图