

第25届长春冰雪节开幕

本报讯(记者 刘玉萍)12月12日,第25届长春冰雪节开幕式在长春冰雪新天地举办。本届冰雪节持续120天,由长春市人民政府、吉林省文化和旅游厅主办,以“长春冰雪·喜迎冬奥”为主题,综合利用长春冰雪资源和文旅资源富集优势,打造了“冰雪看吉林,品质在长春”的“都市冰雪”品牌形象系列活动。

开幕式上发布了10条长春都市冰雪精品线路和6条从长春出发赴省内旅游的冰雪线路,丰富多彩的冰雪节系列活动和冰雪旅游线路将为市民、游客提供高品质的冰雪旅游体

验。现场还为长春冰雪旅游推广大使授牌。

近年来,长春市深入践行“冰天雪地也是金山银山”发展理念,抢抓冬奥重大机遇,全力做好雪文章,做强雪经济,冰雪产业日益焕发新的生机与活力。2021—2022季,长春冰雪新天地以“雪念百年,冰迎冬奥”为主题,围绕长春情缘、追梦启航、激情乐冰、华灯祈福等六大主题区域,展现冬奥精神,更加突出娱乐性、互动性、观赏性。项目建有160余座独立的冰雪景观,冰雪游乐空间达67万平方米,给游客提供全新的冰雪体验。

2021北京百个网红打卡地发布

本报讯(见习记者 魏彪)近日,“2021北京网红打卡地推荐榜单”在北京吉祥大戏院发布。《新青年》编辑部旧址(陈独秀旧居)、北京环球度假区、景山公园等100个打卡地上榜。

据了解,北京市出台的《北京培育建设国际消费中心城市实施方案(2021—2025年)》提出了包括文旅消费潜力释放行动在内的“十大专项行动”,未来5年将打造重磅旅游消费产品,推出300个北京网红打卡地。继2020年首次推出100个网红打卡地后,今年北京市文化和旅游局再次指导策划开展了2021北京网红打卡地评选活

动,并结合新业态发展现状,在去年自然景观、人文景观、文化艺术等七大类基础上新增了夜间经济、科技创新和数字经济、新消费场景3个板块。

北京市文化和旅游局相关负责人表示,下一步,该局将通过整体策划宣传,不断扩大北京网红打卡地的影响力,持续打造北京网红打卡地时尚消费新品牌。同时,发挥行业自律作用,积极引入社会力量,培育发展一批网红打卡新地标,使网红打卡地成为展示北京城市活力和体验时尚消费的都市新窗口,成为来京游客和北京市民文化和旅游休闲消费的出行新选择。

江苏公布新一批省级工业旅游区

本报讯(邵子君)近日,江苏省文化和旅游厅发布通知,认定南京樱桃鸭工业文化旅游园、无锡兴澄特钢工业文化旅游区、苏州“酒的故事”沙洲优黄文化园等16家单位为2021年江苏省工业旅游区。

与此同时,为进一步规范江苏省工业旅游区管理,促进工业旅游高质量发展,根据江苏省《工业旅游区规范与评定》,江苏省文化和旅游厅近期还对2012年至2018年认定的108家江苏省工业旅游区组织了全面复核,其中89家通过复核。

江苏省文化和旅游厅相关负责人表示,从复核情况看,江苏省工业旅游区总体发展势头较好,已成为推动全省文化和旅游与工业高水平融合、高质量发展的重要载体,并且绝大多数单位能够坚持持续,持续加强软硬件建设,工业旅游特色不断彰显、产品不断丰富、综合实力不断提升。但同时也存在工业旅游区建设发展水平不均衡的现象,部分工业旅游区需要在设备设施优化、核心资源提炼、游客体验升级、管理团队专业化等方面继续提升。

2022年博物馆纪念馆免费开放补助资金预算下达

本报讯(见习记者 范朝慧)为提高预算完整性,加快支出进度,财政部日前发布通知,提前下达2022年博物馆纪念馆免费开放补助资金,下达预算金额为285097万元。

通知指出,按照《国务院关于改革和完善中央对地方转移支付制度的意见》和《财政部关于印发〈中央对地方博物馆 纪念馆免费开放补助资金管

理办法〉的通知》要求,各省、自治区、直辖市、计划单列市财政厅(局)做好预算编制、指标安排等相关工作,不得擅自扩大补助范围,并在收到该通知之日起30日内将2022年转移支付提前下达至行政区域内县级以上各级财政部门。全国爱国主义教育示范基地的改陈布展项目,需将改陈布展大纲和版式稿报中央宣传部审定后实施。

伟表示,全面建设社会主义现代化国家新征程已经开启,中国共产党团结带领中国人民踏上了实现第二个百年奋斗目标新的赶考之路。作为旅游人,要以数字化改革和信息化建设为抓手,以创新、效率、人性、安全为目标,结合“吃、住、行、游、购、娱”全旅游产业链实际,以游客需求和管理提升、效益领先为导向,为游客提供个性化、一站式、全流程服务。

(采访组成员:林雯晶 朱文文 李金枝 李志刚 杨丽敏 执笔:杨丽敏 李志刚)

“三生三美”朱家林 共建共享小康梦

(上接第1版)

连片的粉黛子草、薰衣草、狼尾草,让朱家林村成为浪漫打卡地;富有童趣的民宿、无动力儿童乐园、植物敲拓染和平面篆刻等手工课程吸引了大批亲子游客……如今,朱家林田园综合体已经发展为覆盖10个行政村23个自然村,总人口1.6万人,集农业种植、观光旅游、创意产业于一体的产业生态圈。每到节假日,当地民宿一房难求。

在旅游业发展带动下,不少村民将自家的土地、空闲院落流转给村集体,由村集体交由平台公司统一经营,获得租金收益和保底分红;大批村民参与景区和其他产业项目务工,在家门口就能赚工资。

“鄆三妹”是朱家林村的自媒体短视频博主,在微信平台拥有50多万粉丝,视频累计播放量363.4万次。在抖音、快手等平台上,都能看到鄆三妹在朱家林村做花茶、熬果酱、摘

酸枣……她用这种方式,将朱家林村的田园生活展示给广大网友。

大学毕业后,王彦涛在朱家林村注册了山野文化公司,致力于民宿经营和户外项目开发。他在这里结婚生子,落地生根。如今,在朱家林村,像王彦涛这样的创业家庭有好几家。

今年50岁的村民陈林庆,全家都曾在外打工。2016年,朱家林村刚刚发展旅游业时,他第一个办起了“靠山房大食堂”,生意越做越红火。农家乐开了一年后,全家人都回到了村里共同创业,后来又开办了靠山房民宿。如今,一家人一年能收入十几万元,日子过得富裕充实。

下一步,朱家林村将持续引进带动性强的三产融合项目,重点是能带动周边百姓致富、集体增收的项目,继续加强基础设施建设,补齐短板,丰富文化和旅游业态,创建乡村旅游度假示范区。

(高雯雯 本报记者 冯维国 采访整理)

分析形势交流经验 稳中求进变革创新

——2021中国旅游集团化发展论坛综述

□ 本报记者 崔哲

在新发展阶段,旅游消费需求有怎样的特征?疫情影响下,旅游业发展呈现哪些新趋势?旅游集团为顺应新趋势作了哪些创新探索?2021中国旅游集团化发展论坛日前以线上线下相结合的方式举办,聚焦业界共同关心的话题,研判发展形势、分享发展经验、凝聚发展共识,为推动旅游业发展增智慧、添动力。

研判趋势

论坛上,业界人士围绕旅游业发展新趋势及新机遇展开探讨。

中国旅游集团党委书记、董事长陈寅表示,消费已经成为我国经济发展的主要动力,旅游消费作为消费的重要组成部分,作用日益凸显。从消费需求看,大宗消费升级、中高端市场扩容等不断催生个性化、多元化、品质化、精细化的新需求,这一系列趋势变化为旅游企业创造了更大的发展空间,同时对旅游企业提出了更高的要求。旅游企业应当顺应旅游业转型升级趋势,坚持以人民为中心的发展思想,通过高质量发展,满足人民美好生活需要。

中国旅游研究院院长戴斌认为,城乡居民对美好生活的追求并没有因为疫情而改变,文化休闲和旅游消费的意愿日渐增长,市场下沉和消费升级的趋势更加明显。与此同时,部分出境旅游消费开始回流。工作学习之余,人们更愿意静下心来欣赏身边的美丽风景,体验日常的美好生活,并且愿意为安全、品质和健康付出更高的费用。新型城镇化、实施乡村振兴战略、推动共同富裕,则为旅游业带来长

期的发展机遇。

携程集团CEO孙洁认为,现阶段旅游发展有四方面趋势。一是本土旅游是当前推动旅游复苏的关键因素,同时随着更多国际旅游目的地的逐步开放,预计未来国际旅游消费将迎来强劲反弹;二是国内度假需求表现尤为突出;三是小众的、亲近自然的户外目的地越来越受欢迎;四是高端旅游市场前景乐观。

同程集团联合创始人、同程控股CEO吴剑分享了疫情发生以来用户呈现的变化。如二三四线城市用户崛起;线上渗透率提升,文化和旅游行业互联网化加强;跨境旅游和包团包价旅游受疫情影响大,而自由行产品呈现多元化趋势。

首都旅游集团总裁白凡认为,新消费对传统的文化和旅游业态带来一定程度的冲击,但也倒逼市场主体积极挖掘潜力、拓展投资赛道、推动转型升级,在便利化、健康化、绿色化、品质化、智能化、人性化等方面顺应发展趋势。

创新发展

面对新发展阶段的消费新需求以及疫情影响下行业发展新趋势,旅游集团积极探索创新升级和转型之道,通过业态和产品创新、技术创新、营销创新,不断提升生存能力和竞争力。

广州岭南商旅投资集团党委书记、董事长梁凌峰介绍,该集团聚焦消费升级趋势,创新供给,打造高品质的旅游产品与服务。如深化与文化、体育、教育等产业的跨界融合,与广州博物馆联手打造“粤宴中国·消失的名菜”等品牌;针对个性化需求,持续推出大众定制出行、高端定制出行、个性化亲子游产品;针对城市周边游需求,

与相关地方政府部门开展战略合作,挖掘乡村生态、民俗特色资源,打造城市周边全域旅游示范区、示范村。

广西旅游发展集团通过数字化赋能行业发展。该集团总经理、党委副书记、副董事长潘鸣介绍,集团打造的“一键游广西”智慧旅游平台不仅将广西的旅游资源整合到一起,还实现了与营销平台、监管平台的融合。其中,营销平台汇聚吃、住、行、游、购、娱各要素,为游客提供便捷服务;监管平台则与文化和旅游部门的监管网络打通,便于实现对旅游环境的监管。

体制机制创新是激发企业活力的重要方式。南京旅游集团党委书记、董事长谢国庆介绍,该集团通过综合改革推动高质量发展,包括构建分类授权体系,全面激发各层级企业活力;全面实行任期制和区域化管理,建立压力体系和动力机制;深化合作,围绕做强旅游产业链,与华住集团、上海格力集团等企业开展合作等。

吴剑介绍,同程集团结合乡村振兴战略开展了文旅服务模式创新探索。集团在苏州太湖周边规划打造了一站式乡村度假目的地,今年国庆节假期,这个乡村综合体项目的部分业态已开放,未来还将陆续推出更多的品牌民宿以及亲子研学活动。“希望在疫情防控常态化背景下,这里能够成为新老村民融合的第二生活社群,以此找到助力推动乡村振兴的创新模式。”

面向未来

面对旅游集团的未来发展,业界人士坚定信心、凝聚共识,在统筹疫情防控、复工复产和高质量发展进程中,谋划新时代旅游集团的发展方向。

中国旅游协会会长段强表示,随

着我国经济实力的增强,国民更加富裕,我国逐步具备了诞生世界级旅游集团的基础,要将培养世界级旅游集团提上议事日程,研究世界级旅游集团的发展规律,制定世界级旅游集团的发展战略,明晰发展路径,制定相应政策、营造发展环境,以文化引领、数字化赋能、资本市场助力,稳步推进旅游集团竞争力提升、国际化拓展。

“未来的旅游集团应当保持对社会主义基本经济制度的信心,对旅游经济繁荣发展的信心;应当寻求竞争集团,而不是谋求垄断地位;应当加速数字化转型进程,而不能继续依赖传统资源和生产要素的投入;应当增强理性投资、专业经营、原始创新和产品迭代的现代商业能力;应当承担更多的社会责任,更加关注社区发展和员工成长。”戴斌认为,旅游集团要努力成为具有国际视野、中国气派的世界级旅游企业。

陈寅表示,旅游业在构建新发展格局中承担着重要使命,旅游企业应抢抓机遇,努力成为产业链、供应链的“链长”。一是深耕国内市场,主动适应和创造市场需求,持续提升供给质量和效能,构建全方位、多层次的业务结构。二是实施走出去战略,把握国际市场动向,做好境外市场的前瞻性布局,提高全球资源配置能力,争取更大的国际市场份额,获得更强的国际影响力。

上海申迪(集团)有限公司党委书记、董事长杨劲松认为,旅游集团应从三方面练好内功。一是疫情防控常态化下,建立健全灵活应变的运营管理新机制;二是提升产品服务的创新能力;三是应对数字化新挑战,推动文化和旅游产业与数字经济深度融合,实现整体战略转型的提升。

简讯

张家界启动感恩主题旅游营销活动

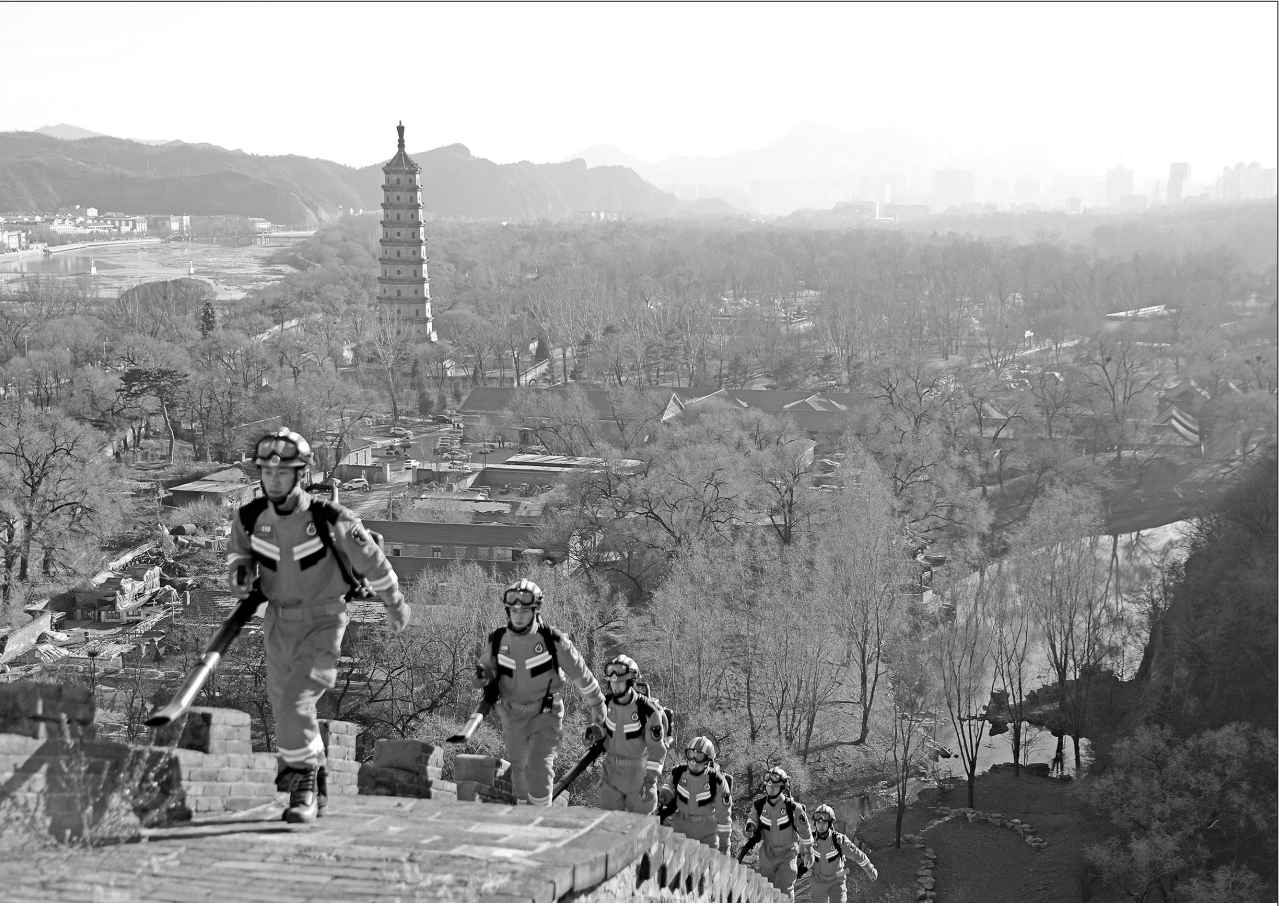
12月13日,“仙境张家界 感恩长沙行”张家界市2021年冬季旅游推介会在长沙举办,标志着“仙境张家界 感恩湖南行”活动正式启动。推介会上,张家界市向长沙市赠送了景区门票套票3000套,介绍了“健康中国 喜迎冬奥”张家界首届青少年冰雪嘉年华等冬季旅游营销主题活动,发布了冬季门票优惠、航空团队景区优惠、张吉怀高铁旅游优惠、张吉怀高铁旅游专列奖励等。

(记者 高慧)

上海青浦推出“一碗人间烟火气”主题游

近日,上海市青浦区文化和旅游局推出3条“青浦菜饭季——一碗人间烟火气”主题旅游线路,包括“稻米探源”“郊野原味”“酒店寻鲜”,邀请市民、游客走进青浦乡间,品尝特色美食。青浦区内9家酒店及民宿推出应季客房和菜饭套餐特惠活动。青浦区文化和旅游局还将开展线上有奖征集活动,邀请市民、游客参与“青浦菜饭大荟”评选,唤醒市民、游客对家中“老灶”的温暖记忆。

(特约记者 丁宁)



加强消防巡查 确保景区安全

近日,针对世界文化遗产承德避暑山庄及周围寺庙,河北省承德市双桥区避暑山庄消防救援站以武装巡护、无人机巡查等方式,加强景区巡查力度,及时排查火灾隐患,确保文物古建筑消防安全。图为12月13日,消防队员在承德避暑山庄景区进行防火巡查。

刘环宇 摄

许长仁《实战旅游》序

后在《人民日报》《光明日报》《经济日报》《中国旅游报》《河南日报》等报刊发表数十篇文章,探讨旅游发展和景区管理的相关问题,在业界产生了影响力。

离开旅游行政管理部门和景区管理岗位后,许长仁没有停止对旅游景区管理运营的探索。较长时期以来,全国各地普遍存在的一个痛点是,旅游景区(点)、传统街区 and 传统村落更新改造,仿古建筑群建起来了,但是运营不佳乃至运转不起来。焦作的经验能不能借鉴、不同的景区需要进行哪些调整?不同时期的旅游景区区的运营管理的主要特征出现了哪些变化?面对这些困难、挑战、机遇和机会,许长仁和他带领的团队在全国很多地方应聘、应邀或参与投标进行了认真的探索,在旅游投资企业 and 景区运营咨询行业,都取得了相

当厚度的积累。其中一个成果就是在最近几年的经验基础上,重新再版其于2013年初版的《实战旅游》。我能够作为再版《实战旅游》的首批读者,得以抢先学习许长仁于实践中千锤百炼得到的丰富知识。

“要把论文写在祖国的大地上”,这是对职业化的知识分子或科技工作者的要求。其实还有一种论文,就是“从祖国的大地上生长出来的论文”。许长仁先生的《实战旅游》就是这样一种从大地上生长出来的著作。

他在书中提出的“建设精品景区是旅游业健康发展的坚实基础”,“实施科学营销是旅游业发展壮大的重要支撑”,“狠抓服务质量是旅游业市场竞争的制胜法宝”,“建好一支队伍是旅游业不断发展的组织保证”,“坚持不断创新是旅游业走向纵深的依附灵魂”等几个观点,每一个观点的

形成,都有大量的实际案例进行支撑,其中有不少都是得自他多年来的经历。与大多数理论著作不同,这本书没有动辄十几章、洋洋洒洒几十万言的鸿篇巨制和宏大叙事框架,上面五个观点就是五个章节的题目,散发着土地上生长出来的地气。如果读者来自景区等文化和旅游系统一线,就会觉得读来没那么深奥但却管用,如果读者来自高等院校旅游管理的师生或者旅游咨询公司的资深策划师和设计师,却有可能在感觉“不够高大上”的同时却能更深刻地理解这个行业。这,就是这本书的价值与特色所在。

是为序。

(吴必虎 国际旅游学会创会主席、国际旅游研究院院士、北京大学城市与环境学院旅游研究与规划中心主任、教授)