

时评

为世界乡村旅游发展提供中国样本

因地制宜发展乡村旅游,需要借鉴但不能照搬,只有紧扣当地的自然、历史、文化、社会、市场等实际,充分调动政府、村民、社区、运营团队、民间组织、学者团体等多个主体的积极性,实现共同参与,齐抓共管,才能凝聚起促进乡村旅游可持续发展的强大合力

□ 特约评论员 银元

近日,联合国世界旅游组织第24届全体大会在西班牙马德里召开。会议期间,由中国文化和旅游部推荐的浙江余村和安徽西递村成功获评“最佳旅游乡村”。

根据联合国世界旅游组织发布的信息,“最佳旅游乡村”评选旨在促进旅游业在保护乡村景观、自然和文化多样性、当地价值观和活动等方面的作用。此次评选全球共有75个国家的174个村庄提出申请,经独立的咨询委员会从文化和自然资源、促进和保护文化资源、经济可持续性、社会可持续性、环境可持续性、旅游潜力与发展及价值链整合、旅游业的治理和优先次序、基础设施和连通性、健康和安全和安保等9个方面进行综合评估,最终,来自32个国家的44个村庄成功入选。

首批认定公布的“最佳旅游乡村”分布在欧洲、非洲、亚洲和美洲的32个国家,展现了世界乡村旅游发展的普遍性和多样性,折射出旅游业在促进乡村可持续发展方面的积极作用和

突出成效。正如联合国世界旅游组织秘书长祖拉布·波洛利卡什维利所言,“旅游业可以促进社会的凝聚力和包容性,促进更公平的利益分配,并增强当地社区的能力。”可见,在促进和推动乡村可持续发展上,旅游业大有可为,也必有作为。

此次入选的西递村和余村是我国乡村旅游发展中的优秀代表,体现了联合国世界旅游组织对中国乡村旅游发展在丰富性与带动性方面的充分认可。西递村地处安徽省黄山市,是被列入世界文化遗产名录的中国传统村落。依托其皖南古建筑和田园风光,西递村大力发展乡村旅游,实现了村民脱贫致富,并带动当地和周边地区经济社会可持续发展。余村位于浙江省安吉县天荒坪镇,是“绿水青山就是金山银山”理念诞生地和实践创新基地。在“两山”理念的指引下,余村从“靠山吃山”的矿山村变身“养山富山”的“生态村”“旅游村”,乡村旅游成为余村实施乡村振兴战略、实现共同富裕和经济社会可持续发展的重要动力。

西递村和余村入选联合国世界旅游组织首批“最佳旅游乡村”,为世界

乡村旅游发展提供了中国样本,让我们从全球视角看到了乡村旅游的积极作用和突出成效,也促使业界思考如何更好地推进乡村旅游发展,让乡村旅游更好地嵌入乡村发展之中,为推进全球可持续发展提供有力支撑。

一是自觉践行“两山”理念,坚持保护性发展。红红火火的乡村旅游离不开漂漂亮亮、干干净净的“绿水青山”。44个“最佳旅游乡村”的自然环境各不相同,旅游吸引物、旅游活动和项目也不尽相同,而在保护、修护和维护当地生态上,各地却是观念一致、行动一致。余村用15年时间,从名不见经传的偏僻小山村,成为年接待游客破百万的“网红”村,实现了从“脏乱差”向“绿富美”的蝶变。因此,不论是实现乡村旅游自身可持续发展,还是推动经济社会可持续发展,都必须用心守护好“绿水青山”这一自然本底和发展基础。

二是深入落实以人民为中心的发展思想,坚持共享性发展。推进乡村可持续发展根本上是要实现乡村居民生计的可持续性。消除贫困是联合国2030可持续发展议程涵盖的17个可持

续发展目标之一。当前,乡村仍是世界贫困人口的主要集聚区域。西递村的发展证明,坚持共享发展,能够更好地发挥乡村旅游对当地和周边社区增收的带动作用,这对其他欠发达地区的古村落发展具有借鉴意义。可见,只有始终把保障当地居民参与乡村旅游、共享乡村旅游发展成果作为重要内容,乡村旅游才能更好地嵌入乡村发展和振兴之中,从而获得持久的生命力。

三是注重因地制宜,坚持参与性发展。乡村旅游发展从来没有固定模式和唯一路径。西递村凭借“天生丽质”,余村依靠“后天努力”,都实现了乡村旅游的可持续发展,并成为世界最佳范例之一。44个“最佳旅游乡村”发展实践证明,只有立足本国和当地实际,才能找到乡村旅游发展的最佳路径。因地制宜发展乡村旅游,需要借鉴但不能照搬,只有紧扣当地的自然、历史、文化、社会、市场等实际,充分调动政府、村民、社区、运营团队、民间组织、学者团体等多个主体的积极性,实现共同参与,齐抓共管,才能凝聚起促进乡村旅游可持续发展的强大合力。

守护传统村落,也是守护文化的根。各地方应全面建立传统村落挂牌保护制度,完善传统村落保护利用管理制度规定,明确保护利用的方向和底线,禁止开展破坏传统格局和历史风貌的建设活动。建立配套的保护政策措施,加大传统村落保护和投入力度,加大财政投入,实施濒危传统村落保护专项行动,开展行之有效的保护,挽救底蕴深厚的古村落。将传统村落保护纳入地方政绩考核体系,建立保护责任追究机制等,抑制在开发利用传统村落过程中的短视行为和急功近利思维。要将传统村落的保护利用纳入城镇化建设规划,让村落在保护中开发,在开发中得到保护,坚持乡民自治,提高村民保护意识,让传统村落留下来、活起来,在发展村落旅游产业的同时,保护好、传承好文化遗产。

让居民望得见山、看得见水、记得住乡愁,这是城镇化的要求,也是传统村落保护的题中应有之义。各地应建立保护传统村落的长效机制,以尊重传统村落发展规律、守护文化传承、保持历史价值为底线,更好地延续乡村文化脉络,守住乡村文脉的根。

疫情发生以来,“好想去旅游”和“还不太敢出去”是爱玩一族心底最大的矛盾。在价格低、改退条件宽松的旅游预售促销的推动下,通过“国旅游”低成本锁定未来出行,成为爱玩一族的选择。经过多年发展,“双十一”早已成为旅游行业销售冬春旅游产品、布局新一年发展的重要节点。与过去旅游促销靠打价格战、比拼“地板价”不同,如今,旅游促销已向注重品质、凸显特色转变。

当前,年轻人成为旅游消费主体,他们更青睐个性化、特色化产品,更加注重旅游的体验感。这一新消费趋势

(本版编辑 龚立仁 整理)

话题汇 • 智慧旅游大家谈

沉浸式体验彰显博物馆新价值

□ 陈冬

近期,博物馆围绕剧本杀开发新体验项目受到业界和公众的关注。很多博物馆的沉浸式体验以角色扮演、剧情推理等方式为载体,以体验为核心、以历史为线索,使参与者充分感受传统文化的魅力,享受沉浸历史的乐趣。这彰显了新时代博物馆公共文化服务新价值。

去年底出台的《文化和旅游部关于推动数字文化产业高质量发展的意见》提出,“支持文化文物单位、景区景点、主题公园、园区街区等运用文化资源开发沉浸式体验项目,开展数字展馆、虚拟景区等服务”,这为博物馆开发沉浸式体验指明了方向,注入了新动力和活力。

随着社会进步和时代发展,观众审美趣味也在不断提升,尤其是追求个性化、新生代崇尚品质消费,喜欢尝试新事物。新生代的看展视角,在一定程度上起到了博物馆行业“风向标”的作用。

博物馆行业在数字化展示、情景式布展、交互设计等方面需要不断创新,通过深入洞察新生代人群特点和喜好,使展览构思精巧多变,富有审美内涵和视觉冲击力。

要牢牢抓住沉浸式体验的关键点、切入点、着力点,以艺术启发和教育引导,为人的全面发展提供艺术和精神滋养。剧本质量是否过关、模拟场景是否逼真,决定了剧本杀是否“好玩”。开发沉浸式体验项目最终目的是让观众在学与玩中解读历史、阅读文物,找到传统文化和现代生活的连接点,满足人民群众文化和旅游的新期待、新需求。

博物馆与观众之间的“适配”是一个动态变化的过程,在遵循健康娱乐、有益身心的前提下正确看待博物馆剧本杀,是提升博物馆沉浸式体验的关键之一。

沉浸式体验的魅力在于利用空间、技术、经典艺术元素组织起来的绚丽、超时空体验,通过色彩、声音、图像等,充分调动观众的感觉、想象、情感和思维,使观众仿佛置身于艺术创造效果的中心。观众在这个过程中获得审美感受,进而乐于享受这个过程,并产生更加强烈的兴趣,这与一般生活中获得的美感是不同的。

文化让人沉醉,旅游令人沉浸,其背后共同特征和属性就是能够使人 在某种特定环境中“沉下去”,甚至“难以自拔”。

需要注意的是,时下不断升温的沉浸式体验和沉浸式展览等已成为一大趋势,对于博物馆行业来说,打造沉浸式体验是传统观展模式的一种脱胎换骨式的改变。

传统展览是博物馆最根本、最直观的展出方式,文物、图片、展柜已成为经典标配。而博物馆并不是一成不变的,博物馆文创越来越“潮”,精品不断推陈出新,内容持续延伸,展示了相当宽广的视野,博物馆有信心以更加创新的思维、开放的心态迎接未来。

可以说,沉浸式体验基于博物馆数字化建设和转型,提供了一个超越主流视角诠释展览叙事空间的模式。进入新发展阶段,面对多样化的发展机遇,博物馆把数字红利转化为发展红利,必须从更多维度来把握自身未来,构建新的展览业态。

从技术上看,依靠和借助灯光投影、多媒体、AR、VR、3D等技术可以提升文化产品的表现力,艺术与技术的融合可以为博物馆打造沉浸式体验带来突破性的变化和意想不到的效果。

事实证明,沉浸式体验深得观众认同,值得推广。博物馆要抓住机遇,在布局沉浸式体验上科学谋划、着眼未来、提升实力。

(作者单位:中国国家博物馆)

来论

旅游企业要善于抓住“国旅游”商机

□ 吴学安

自去年国内外暴发疫情后,各大旅游平台推出的直播预售产品受到游客喜爱,很多用户养成了“先囤货再旅行”的旅游消费习惯。与去年相比,今年“国旅游”的人数和所囤商品数量均在持续增加。这给旅游从业者们带来了信心和动力。

疫情发生以来,“好想去旅游”和“还不太敢出去”是爱玩一族心底最大的矛盾。在价格低、改退条件宽松的旅游预售促销的推动下,通过“国旅游”低成本锁定未来出行,成为爱玩一族的选择。经过多年发展,“双十一”早已成为旅游行业销售冬春旅游产品、布局新一年发展的重要节点。与过去旅游促销靠打价格战、比拼“地板价”不同,如今,旅游促销已向注重品质、凸显特色转变。

当前,年轻人成为旅游消费主体,他们更青睐个性化、特色化产品,更加注重旅游的体验感。这一新消费趋势

直接推动了旅游产品的改变。更加灵活的酒店套餐、“随心飞”类产品成为热销款。例如,在机票销售方面,除了传统的“搜索—预订—出票”模式,“浏览—囤票—使用”的“囤机票”模式受到年轻消费者的青睐,成为新趋势。

在消费者“国旅游”热中,我们既能看到旅游业的热点和亮点,也能感受到旅游业的活力与生机。同时,消费者也要明白,“国旅游”中部分预售的旅游产品虽然比较便宜,但是通常都有比较严格的使用规定。以一些特价机票为例,购买以及确认出发日期之后,就不可变更和取消。所以,一定要确定能够出行再购买,否则如果无法成行就相当于全额损失。

对于旅游企业来说,如今旅游促销已向注重品质、凸显特色转变。面对“国旅游”热,旅游企业不仅要从中寻觅商机,谋划下一步发展,更要为消费者提供价廉物美的旅游产品,以从日渐增长的旅游市场中分得一杯羹。

声音

“就地过年是一种社会治理方式,要以我国的疫情防控策略为根本”

——针对如何处理疫情防控与回家过年的关系,《南方都市报》日前发表评论指出,春节和其他节假日是不一样的,“年”是根植于相当多数中国人内心的情感寄托,这种情感是无法从其他节假日获得补偿的。疫情防控

常态化是既保持社会的正常运转,又防控住疫情,这是疫情防控的大前提。如今,疫苗接种情况、核酸检测结果、常住地风险状况均可以作为制定春节防控策略的参考。春节是生活的重要一环,不应该被置于社会正常运转的链条之外,改造就地过年“不准动”式的一刀切政策很有必要。防控本土疫情与体谅社会情绪并不必然冲突,正如防控疫情与社会正

常运转正在同步进行一样,关键在是否精准、科学。

“以文乐民,提供优质的文化服务,促进精神生活共同富裕”

——《光明日报》日前发表题为《让乡土文化育新风润生活》的评论指出,因地制宜建设乡村文化礼堂、文化广场、非物质文化遗产传习所、乡情陈列馆等主题功能空间,形成留

浙江旅游职业学院智慧景区专业20周年专题宣传之二

智慧景区专业打造“五个角色”的社会服务体系

社会服务能力是高职院校教师的重要职业能力之一。浙江旅游职业学院旅游规划与设计学院的智慧景区开发与管理专业(以下简称智慧景区专业)自成立以来,一直将社会服务作为其专业教师教学创新团队的重要任务与社会责。如何在社会服务中汲取反哺教学与科研?如何在社会服务中历练自身茁壮成长?如何在社会服务中提升自身业务水平与知名度?带着这些问题,让我们走进智慧景区专业教师打造的“五个角色”社会服务体系:人造文化和旅游行业企业专家库的科研人员、研发文化和旅游行业企业培训包的培训名师、担任旅游行业企业顾问团的专业名师、担当旅游全域发展推动者的规划师、扮演乡村旅游社区帮扶者的骨干教师。

一是打造入选文化和旅游行业企业专家库的科研人才。搭建文化和旅游行业企业专家库是各级文化和旅游

主管部门、文化和旅游行业企业等部门或组织的迫切愿望。通过建设文化和旅游行业企业专家库,可以借力高等院校、科研院所的智力资源,助推企业高质量发展。因此,智慧景区专业充分调动专业教师社会服务的积极性和主动性,主动与各级文化和旅游主管部门、各类文化和旅游行业企业深度对接,担任企业专家库成员,积极投身行业相关政策研究、对策研究与路径研究等,担当起行业企业高质量发展的“裁判员”。目前,有三分之二的智慧景区专业教师成为各级文化和旅游主管部门的智囊团成员、专家智库成员等,进行产业政策研究与制定、调研及调研报告撰写、项目评审验收等方面的社会服务活动。如学校原党委书记、团队二级教授王昆欣于2020年9月成为文化和旅游部“十四五”规划专家委员会委员。

二是打造研发文化和旅游行业企

业培训包的培训名师。职业学历教育与职业培训是高职院校的重要职责。智慧景区专业教师充分发挥自身专业优势,结合日常授课、科学研究、社会服务,依托智慧景区专业国家级教学资源库与学校各类培训平台,“急文旅行业企业之所急、想文旅行业企业之所想”,根据企业需求,研发“私人定制式”的培训内容体系与培训方法,成为研发文化和旅游行业企业培训包的培训名师。目前,智慧景区专业教师基本都是活跃在企业培训一线的培训名师,以自身研究专长与授课课程为基础,研发了旅游标准化运营与管理、旅游景区安全与应急处理、乡村旅游目的地运营与管理、旅游景区创新发展、文化和旅游产品创意设计、新媒体运营与管理等诸多培训包。2020年,智慧景区专业依托资源库建设平台,特别设置了“疫情防控背景下景区转型升级专题培训班”的系列在线培

训课程,开辟了“乡村旅游”专栏,共覆盖培训人员3274人次,培训总量达17.70万人次。

三是打造担任旅游行业企业顾问团的专业名师。智慧景区专业根据旅游行业企业的需求,构建了不同旅游行业企业纾困解难的顾问团,帮助旅游景区企业纾解发展、运营、管理、营销等方面的难题,实现了专业教师个人发展与旅游行业企业发展的有效对接。近10年来,智慧景区专业师生团队先后协助20余家旅游景区创建成为国家4A级及以上旅游景区,包括诸暨米果果小镇景区、天台山大瀑布景区、千岛湖文渊狮城景区、京杭大运河杭州景区、浙旅院国际教育旅游景区、中华孝德园景区等,与4家国家3A级、4A级旅游景区签订管理咨询合作协议,提供景区转型升级与全过程智力服务,直接运营浙旅院国际教育旅游景区。

四是打造担当旅游全域发展推动者的规划师。用“全域旅游”的理念谋划旅游全域发展、用“全域旅游”的标准推进旅游全域发展、用全域旅游的成果反哺旅游全域化发展与专业的内涵建设。智慧景区专业教师“一以贯之”地坚持以全域旅游的理念与思路,担当着旅游全域发展的规划师、设计师,用自己的智慧、专业知识与能力,融合全域旅游发展的大趋势,在全域旅游的大舞台上“挥毫泼墨”,擘画出旅游全域化发展的美好明天。近3年来,智慧景区专业教师实操了浙江省内、外30余个设区市、县(市、区)、乡镇(街道)等的全域旅游发展规划与设计工作、创建工作,全力支持浙江省大花园建设,并获得委托单位的一致好评。同时,智慧景区专业教师担任国家全域旅游示范区创建、省级全域旅游示范区(市、县)的验收专家。

五是打造扮演乡村旅游社区帮扶

者的骨干教师。乡村旅游经过近二十年的发展,部分乡村发生了翻天覆地的变化,乡村旅游也取得了令人瞩目的成就。这些成就的背后,有乡村旅游从业人员的默默付出,也离不开乡村旅游帮扶者的智力支持。近年来,智慧景区专业教师充分发挥自身骨干教师的作用,组建各种乡村创新创业工作小组、乡村旅游运营与管理工作小组、乡村文创产品研发工作小组等,根植于乡村,深耕乡村旅游社区的规划设计、开发建设、运营管理、宣传营销等工作。尤其是自2017年以来,该专业师生团队通过助力全省大花园建设,通过帮扶A级景区创建、A级景区乡镇创建、“微改造、精提升”系列工程及“送教下乡”等工作,分别从硬件和软件两个方面促进广大村镇地区成为美丽乡村(镇),并实现向美丽经济的转变。

(陈友军 浙江旅游职业学院)