

时评

让乡村旅游成为服务“三农”、推动共同富裕的重要力量

要站在服务国家发展大局的高度,继续发挥好乡村旅游的产业优势、融合优势、引领优势、创新优势,积极服务“三农”,推动共同富裕,为乡村振兴和新时代中国特色社会主义建设作出新贡献

□ 特约评论员 王德刚

近日,文化和旅游部在福建省龙岩市永定区召开全国乡村旅游工作现场会。会议提出,要从全面推进乡村振兴的高度,认识做好乡村旅游工作的重要性、艰巨性、紧迫性,牢牢把握乡村旅游服务“三农”工作的总体定位;从扎实推动共同富裕的高度,充分认识发展乡村旅游对于改善农村人居环境、促进农民增收致富的重要作用;从加快构建新发展格局的高度,积极推进乡村旅游在扩大内需、形成强大国内市场中的作用。

近年来,文化和旅游部门一直把发展乡村旅游作为重要工作来抓,通过政策引导、规划指导、资金支持、教育培训、标准推广、示范引领、企业帮扶等措施,大力推动乡村旅游发展,培育了一批生态美、生产美、生活美的乡村旅游目的地,打造了一批有特色、有内涵、有品位的乡村旅游精品线路;在产品开发、业态组织、模式创新等方面树立了典型、积累了经验,为脱贫攻坚和实现全面小康目标作出巨大贡献。

实现乡村全面振兴是现阶段我国经济社会发展的重要任务,各级政府、文化和旅游部门要站在服务国家

发展大局的高度,继续发挥好乡村旅游的产业优势、融合优势、引领优势、创新优势,积极服务“三农”,推动共同富裕,为乡村振兴和新时代中国特色社会主义建设作出新贡献。

首先,要继续发挥好乡村旅游在乡村经济发展中的先行优势,领跑乡村经济全面发展。乡村旅游是农村经济体系中的新兴产业,不仅摆脱了传统农业经济对土地、气候、季节等自然条件的依赖和土地产出的局限,以新的资源理念、生产理念来生产新产品,提供新服务、发展新产业,而且能够把乡村地区很多闲置,或无法在传统农业经济中发挥使用价值的资源进行挖掘、整合和创新利用,使它们在旅游和其他现代乡村服务业中发挥新功能、创造新价值、产生新效益。

因此,乡村旅游作为现代乡村经济体系中最活跃、最前沿的领域,要继续发挥好在挖掘和整合资源、创新资源利用方式和价值实现途径等领域的优势,引领乡村经济实现更好、更快和更全面发展。

其次,要继续发挥好乡村旅游的标准化和品质优势,为农村公共服务体系和人居环境改善做好标杆示范。提供乡村旅游产品和服务,需要环境打造和氛围营造、硬件设施建设和设

备配套、文化主题凝练和产品品质提升、公共服务体系完善和服务流程设计等方面,都能够符合现代消费者对旅游体验和美好生活的品质需求。

多年来,文化和旅游部门已经建立起较为完善的乡村旅游管理服务和硬件设施建设等的标准化体系,特别是持续多年开展的旅游厕所革命、民宿等级评定和乡村景区化建设、乡村旅游重点村镇评选等工作,不仅极大提升了乡村旅游的产品质量和服务水平,也对广大乡村地区的人居环境改善、农民生活品质的提升起到了引领示范作用。

生态美、生产美、生活美是乡村振兴的重要标志。我们要继续发挥好乡村旅游的引领作用,进一步深化、扩大乡村旅游标准体系对乡村公共服务体系完善、人居环境提升等领域的影响和引导,用更高的产品品质、更好的服务水平,为乡村公共服务体系完善和人居环境提升树立新的标杆示范。

再次,要继续发挥好乡村旅游在经营模式和利益分配机制设计中的创新优势,促进农村新型集体经济发展、推动共同富裕。多年来,在乡村旅游发展实践中,在国家相关政策引导、文化和旅游部门具体指导下,各

地已经探索出“村集体+农户”“村集体+公司+农户”、乡村旅游合作社、乡村旅游股份制企业等多种利益均衡分配机制和利益共享模式,引领农村走新型集体经济发展道路。

在乡村振兴国家战略的新阶段,要继续发挥好乡村旅游的模式、机制和制度创新优势,通过经营模式创新探索和利益分配机制创新设计,引导农村经济社会发展走共同参与、共同发展、共享成果的共同富裕道路,让乡村旅游成为探索乡村经济发展经营模式创新、分配机制创新、推动共同富裕的先行者和引领者。

总之,在新时代中国特色社会主义建设过程中,发展乡村旅游要从服务国家发展大局中去谋划、去布局、去推动。在思想认识和政策站位层面,要把乡村旅游全面融入乡村振兴国家战略;在乡村发展和利益分配层面,要把乡村旅游作为促进农村全面发展、推动农民共同富裕的重要途径,要强调农民的主体地位和农村的全面发展。正如此次会议强调的,发展乡村旅游要坚持提质增效,坚持需求牵引,坚持农民为本,坚持文化为根,坚持生态优先,坚持服务为要,让乡村旅游在乡村振兴中成为服务“三农”、推动共同富裕的重要力量。

观察

文旅产业为城市更新注入更多新功能

□ 叶昊 李先军

《“十四五”文化和旅游发展规划》提出,推动文化产业融入新型城镇化建设;加强新型城镇化进程中的文化遗产保护,保留传统风貌,延续历史文脉。在城市更新、社区建设、美丽乡村建设中充分预留文化和旅游空间。笔者认为,随着城市更新的稳步发展,在城市更新过程中要注入更多文化和旅游功能,实现城市更新与文化旅游融合发展。

城市更新是适应城市发展新形势、推动城市高质量发展的必然要求。在城市更新过程中,如何更好地融入文化和旅游功能,进而提升城市的品质和品位、满足市民对于美好生活的需要,笔者认为主要有六类融合发展模式,即旧城更新模式、文创园区模式、休闲街区模式、城市商圈模式、文旅地产模式和产业新区模式。

一是旧城更新模式。该模式主要针对历史文化相对厚重的区域。在城市更新发展过程中已经逐步改变过去大拆大建模式,通过城市更新实现城市功能更加人性化、现代化,更好满足市民对于城市生活的需要。由于此类片区往往历史文化积淀较深,渗透着当地人过往生活的痕迹及故事,对外地游客具有一定吸引力。城市有机更新过程中,往往跟文化和旅游功能紧密结合,通过有故事的场景还原、特色的建筑风貌、地域特色美食和民俗等方式,实现城市与旅游完美融合。比较典型的代表有北京南锣鼓巷、成都宽窄巷子、福州三坊七巷等。

二是文创园区模式。该模式主要以近现代工业遗址遗迹片区的升级改造为主。随着社会不断发展,一些原本具有时代标签和代表性的工业企业面临着转型或倒闭的局面,在很多知名工厂关停之后,原有场地如何在城市发展中融入城市生活,成为当地决策者思考的重点。该类场地见证了过去一定时期内当地工业发展和当地市民生活,是城市近现代文化发展的重要组成部分。该类场地往往被打造成文化创意产业园区,在沧桑的工业遗址里面融入现代文创、时尚艺术、休闲业态、装置艺术等具有一定文化艺术氛围的业态产品,在保留原有遗址文化的基础上,形成新时期的文脉传承,成为一个城市文化印记的重要组成部分。比较典型的代表有景德镇陶溪川文创园区、郑州二砂文创产业园等。

三是休闲街区模式。每个城市都有一条值得当地市民流连忘返的街区。文化和旅游部会同国家发展改革委开展国家级旅游休闲街区创建工作,明确提出街区需要突出地方文化特色,使其在提供公共

文化服务、满足人民精神文化生活需求方面充分发挥作用,提升旅游休闲街区文化和旅游吸引力和影响力,让城市留下记忆,让人们记住乡愁。同时应注重培育多元业态,丰富休闲娱乐功能,以现代化、多元化、个性化产品供给,促进居民消费意愿提升。比较典型的代表有上海南京路、成都太古里、南京1912街区等。

四是城市商圈模式。休闲街区往往以古朴和文化为主,城市商圈则更加重视现代和时尚。《“十四五”文化和旅游发展规划》提出,“大力发展夜间经济,推进国家级夜间文化和旅游消费集聚区建设。把文化消费集聚区与消费集聚地、消费集聚地、消费集聚地等多种业态的消费集聚地。”其中,城市商圈是消费集聚地的重要载体。城市商圈往往以城市现代时尚休闲娱乐集聚核心区为主,融入时尚购物、特色餐饮、观光游憩、文化体验、网红经济、旅游演艺、康体休闲等丰富多元消费业态,这部分业态往往具有档次更高、品质更佳、服务更好等特点,可以较好满足当地市民日常生活需要。同时,城市商圈往往还能更好吸引外地年轻游客,满足外地游客对本地城市生活的独特休闲体验。比较典型的代表有北京三里屯商圈、上海徐家汇商圈、郑州郑东新区CBD商圈等。

五是文旅地产模式。该模式主要是指地方政府通过引入国内大型文旅地产集团,通过大型主题公园建设带动整个区域城市更新的发展形式。由于大型文化旅游综合体具有建设速度快、主题IP强、区域吸引力强等特点,因此受到很多城市开发决策者的青睐。通过“主题公园+文旅地产”的发展形式,既能够综合提升城市文化旅游吸引力、聚集人气,构建旅居共享美好生活新空间,又能带动周边区域乃至城市片区的综合升值。比较典型的代表有融创文旅城、恒大童世界等。

六是产业新区模式。产业新区模式往往是结合城市产业新城、产业新区发展而产生的一种模式,该模式是针对产业优先发展区域,在城市建设中融合生活空间和生态空间,最终打造成生产、生活、生态“三生融合”区域。在《上海市“十四五”时期深化世界著名旅游城市建设规划》中,明确提出打造“五个新城”旅游新节点,即嘉定新城、青浦新城、松江新城、奉贤新城、南汇新城等,努力把五个新城打造成为新型都市旅游目的地。在该类区域发展过程中,往往注重新兴产业、数字化产业、智能产业、科创产业等与旅游的融合,通过工业旅游、特色小镇、休闲综合体、城市阳台等形式,打造旅居共享的生活休闲空间。比较典型的代表有天津滨海新区、宁波杭州湾新区等。

话题汇·智慧旅游大家谈

智慧旅游需要“适老化模式”改造

面对庞大的老年旅游市场,业界应及早做好准备,在软硬件投入方面多下功夫,增设智慧旅游“适老化模式”,为老年人提供更舒适的服务

□ 江德斌

文化和旅游部日前发布首批14个地区发展智慧旅游便利老年人出游典型做法,为智慧旅游发展、切实解决老年人运用智能技术困难、便利老年人出游给予指导。这些做法显示,各地在加强智慧旅游服务管理的同时,对需要提前预约的旅游景区、场馆,为老年人保留一定数量的线下免预约进入或购票名额,加大页面字体、简化操作流程,便利了老年人入园。

据全国老龄委一项调查显示,目

前全国许多景区入园游客中60岁以上老年人占比已达20%,并有逐年增加的趋势。47%的老人有远程出游的经历,70%的老人有退休后旅游的经历。随着我国老年人口不断增长,老年旅游市场也愈发旺盛,成长前景可观的万亿级大市场。面对庞大的老年旅游市场,业界应及早做好准备,在软硬件投入方面多下功夫,增设智慧旅游“适老化模式”,为老年人提供更舒适的服务,保障老年人安心旅游。

目前,我国正在全面推进智慧旅游建设,各地景区纷纷引入智能技

术。尤其在常态化疫情防控背景下,景区进一步强化了智能技术应用,诸如手机预约、网络购票、人脸识别、扫码入园等。对于年轻人而言,这些智能技术操作轻车熟路,但对于很多老年人来讲,则犹如一座难以逾越的“大山”。

老年人普遍对新技术的适应能力相对较弱,对智能手机APP和互联网操作不太熟悉。近年来,各地时有曝光老年人因不会使用APP,在购物、支付、乘车、验码时遭遇困难,以致寸步难行,甚至有被赶下公交车的极端情况。

与此同时,老年人外出旅游时,也不可避免会“碰壁”,在智慧旅游系统面前犯难,不会预约门票,不会扫码入园,不得不寻求工作人员或子女的帮助。

现在很多手机APP、智能设备、智慧系统的功能非常多,操作也非常复杂,对技术“小白”,特别是老年人来讲,确实有很大的难度。

因此,发展智慧旅游应加大“适老化模式”改造,比如为老年人预留一部分门票,让老年人通过线下免预约进入,或实名购票入园。智慧旅游系统则可加大手机页面字体、简化操作流程,方便老年人学习使用。

同时,各地景区在引进智能技术时,也应增加适老化服务。比如专为老年人提供的电子语音讲解、老年人通道提示、自动感应灯光、助老电动轮椅、老年人耳机等,让老年人在旅游时更舒适、更放心。

声音

“以合法、诚信经营积累良好口碑,酒店才有可能赢得更多消费者的认可和青睐”

——随着考研时间日益临近,一些地方考点附近的酒店客房价格也随之暴涨。对此,人民日报评论微信公众号发表评论指出,考公考研之际,酒店客房供不应求,价格上涨也是市场规律使然。可以说,逢考必涨是市场经济,但自主定价不是任性赚钱,也不是随意涨价。一些酒店的行为明显与法有悖,抛弃了契约精神、诚信原则,影响到消费者自主选择、公平交易等权利的实现。我国价格法、合同法、反垄断法等相关法律中,都有类似反暴利的规定。一些区段的酒店默契配合、哄抬价格,推动周边酒店客房价格过高上涨,均已涉嫌违法。由此而言,逢考暴涨就是宰客经济。

“在看过‘颜值’之后,是时候理性探讨实体书店生存背后的深层逻辑了”

——《光明日报》近日发表题为《仅有“情怀”留不住实体书店》的评论指出,网红书店在各大城市兴起,但却暗含了新的危机:不拼书品拼颜值,不拼书子拼面子。一味追求实体书店数量的增长,鼓吹文化情怀,虽然吸引了一批有情怀的年轻人入场,但他们在经历一番挫折而无奈退场时,却只能遗憾叹息:有情怀是好的,但只有情怀是没有用的,市场不相信情怀。

(本版编辑 龚立仁 整理)



保障人员安全有序流动

元旦、春节将至,各地纷纷发布返乡政策。截至目前,全国31个省市区均建议所在地人员“非必要不离开”,大多数省市区要求返乡人员提供核酸检测阴性结果方可通行。国家卫生健康委新闻发言人在日前举行的国务院联防联控机制新闻发布会上表示,冬春季疫情防控要坚持动态清零总方针,着力在科学精准上下功夫。要因地制宜、分类指导、分区施策,在落实防控措施的同时,保障人员安全、有序流动,坚决防止简单化、“一刀切”、“层层加码”,最大限度减少对群众生产生活的影响。

(人民视觉 供图)

来论

“文化打卡”应守住文明底线

□ 李英锋

网络社交媒体的不断发展,涌现出大量网红打卡地,除传统餐厅、酒店等场所外,各类艺术展、美术馆等也逐渐成为彰显文化品位的热门选择。近期,有网友反映,在参观画展时,遇到一网红带着拍摄团队,在一些经典作品前反复摆造型、换角度拍摄。网友本人不仅没能好好欣赏画作,就连拍几张照片也没有机会。

在普通人眼中,博物馆、美术馆等场所的展品是文化,是艺术,但在一些网红的眼中,这些展品却是流量,是商机。不同的参观价值观,不同的参观动机,很容易导致两种群体产生参观的“C位冲突”,网红抱着功利目的打卡,甚至兴师动众,长时间占据展区的“C位”拍照,势必会挤压其他人的参观空间和时间,影响他人的参观质量和兴致。

网红固然有到博物馆、美术馆、艺术展等场所“文化打卡”的权利,但这种权利不是一种无限制的权利,不是任性自私的权利,不是随意“霸位”的权利。网红“文化打卡”必须守住文明的底线和法律的底线,不能成为“打扰式涂鸦”。网红过度占用参观资源,就会侵占其他人的参观资源,减少其他人的参观机会,拉低其他人的参观体验,这实际上也是对他人参观权的一

种侵犯。另外,网红在打卡时使用闪光灯等对展品多次拍照,有可能对展品造成损害。

显然,有必要对网红的“文化打卡”行为进行合理适度的限制,这种限制要符合民意,也要符合维护公共场所参观秩序和公众合法权益的需求。

博物馆、美术馆等场所的管理运营单位要从保护展品、保护著作权、维护参观秩序等角度出发,通过发布参观须知、参观守则等方式与参观者“约法三章”,对可能侵犯展品权益、妨碍他人正常参观、扰乱参观秩序的拍照打卡行为进行禁限,并加强监控、巡查,发现越界打卡的参观者,立即采取劝诫、制止、清退甚至报警等必要处置措施。

上海多家美术馆、展会已经对网红打卡采取了一些限制措施,并产生了积极效应。文旅、公安等部门也应积极关注网红“文化打卡”现象,拉出“文化打卡”的正面清单、负面清单,辅日常化警示教育措施,让网红“文化打卡”有清晰的边界,让监管部门对维护秩序、保护权益、规范打卡行为有明确的标准可循。

“文化打卡”应成为一种“不被打扰的相逢”,要做到这一点,需要包括网红在内的每个人的自律,需要相关公共场所、文化展览举办者、监管部门的合力。