

时评

# 加快提升推动旅游业高质量发展的自觉和能力

推动旅游经济发展质量变革、效率变革、动力变革,实现从高速增长阶段到高质量发展阶段的转变,需要全行业贯彻新发展理念、增强新发展能力、汇聚新发展动力,尤其需要全行业加快提升推动高质量发展的能力

□ 李萌

今年中央经济工作会议强调,明年经济工作要稳字当头、稳中求进。完整、准确、全面贯彻新发展理念,加快构建新发展格局,全面深化改革开放,坚持创新驱动发展,推动高质量发展。笔者认为,旅游行业要积极贯彻落实中央经济工作会议精神要求,加快提升全行业推动高质量发展能力,着力促进旅游业高质量发展,为稳定宏观经济大盘、保持社会大局稳定作出应有贡献。

首先,要增强推动旅游业高质量发展的行动自觉和责任担当。我国经济韧性强、长期向好的基本面不会改变,要坚定发展信心。要深刻把握发展环境的“变”与经济基本面的“不变”,毫不动摇落实中央各项既定部署,增强推动旅游业高质量发展的行动自觉和责任担当。

疫情发生以来,旅游业受到严重冲击,承受巨大压力。旅游业对于实施好扩大内需战略、增强发展内生动力意义重大,在充分挖掘国内需求潜力、促进消费升级、带动社会就业、推动实现绿色发展、促进共同富裕中担当重要任务。推进旅游为民、发挥旅游带动作用,以品牌建设引领消费升级,推动产业提质扩容,

促进行业高质量发展,正在成为旅游行业的发展共识与行动自觉。

其次,要加快提升推动旅游业高质量发展的能力。推动旅游经济发展质量变革、效率变革、动力变革,实现从高速增长阶段到高质量发展阶段的转变,需要全行业贯彻新发展理念、增强新发展能力、汇聚新发展动力,尤其需要全行业加快提升推动高质量发展的能力。

中共中央政治局委员、国务院副总理刘鹤日前在《人民日报》发表题为《必须实现高质量发展》的文章指出,“我国经济的新增长点、新动力蕴含在解决好人民群众普遍关心的突出问题中,产生于人力资本质量提高的过程中”“必须最为广泛有效调动全社会积极性能动性,提升全社会人力资本质量和专业技能”。同时还提出,“高质量发展最终要靠高质量的人才”“为高质量发展提供有力人才支撑”。

旅游业高质量发展也必须加快提升各级领导干部、旅游企业群体、行业从业人员的发展定力和专业能力。

一是要切实提高各级领导干部的政治定力和专业能力。中央经济工作会议提出,领导干部要提高领导经济工作的专业能力,要加强经济学知识、科技知识学习,特别是要悟透以

人民为中心的发展思想,要加强调查研究。这对于指导旅游业高质量发展尤为重要。在逆境中坚定发展信心,在改革中激发市场活力和发展内生动力,在变化中提高精准施策成效,在创新中促进行业转型升级,都需要各级领导干部加强学习,增强本领,提高领导旅游经济工作的专业能力。

近日,由中宣部指导、文化和旅游部人事司主办的“新时代全域旅游文旅品牌建设与高级人才培训班”举办;上海市文化和旅游局启动实施年轻干部“卓越成长”计划,组织举办文化和旅游年轻干部党性教育及能力提升专题培训班。这些都是提升领导干部专业能力的有效举措。

二是要充分激发旅游企业群体的动力与活力。旅游企业尤其是高竞争力旅游企业是旅游业高质量发展的微观基础。中央经济工作会议提出,微观政策要持续激发市场主体活力。要提振市场主体信心,深入推进公平竞争政策实施,营造各类所有制企业竞相发展的良好环境。为此,要弘扬企业家精神,充分信任、依靠和尊重企业家,发挥企业家在推动企业创新、提高企业竞争力上的重要作用。面对前所未有的变革压力和创新机遇,旅游企业群体急需在数智化技术升级、业态模式转型、旅游产品创

新、旅游品牌建设、新型用工模式探索、行业生态圈创建等方面,提升统筹驾驭能力。

三是要系统提升全行业从业人员的专业能力与服务素质。旅游行业的变革与转型,呼唤创意、研发、设计、数据、传播等大规模新型专业技术人才的涌现。当前,需重点开展文化和旅游企业急需紧缺技术技能的培训。如企业数据管理、数字技术等数智化技能,创意设计、知识产权管理等IP运营能力,项目策划管理、产品金融现代运营能力,旅游解说、导游讲解以及服务贸易、商务服务等国际商务能力。这需要充分发挥旅游人才中心、旅游培训基地、旅游院校、旅游智库、旅游企业集团、社会培训服务机构等协同作用,在深化产教融合、促进科技赋能方面迈出更大步伐,以高效率高质量的人才教育培训为旅游业高质量发展赋能。

当前,旅游业正经历在重构中前行、在转型升级的历程,唯有全面调动全行业的积极性、能动性,加快提升发展的能力,才能有力促进旅游业高质量发展,为稳定宏观经济大盘、确保社会大局稳定发挥更重要的作用。

(作者为中国社会科学院一上海市人民政府上海研究院研究员)

观察

# 以品牌化推进乡村旅游高质量发展

从乡村旅游重点村向乡村旅游重点镇(乡)拓展,是推动乡村旅游高质量发展的有力举措,也是推进乡村旅游品牌化发展的必然要求

□ 王昆欣

近日,文化和旅游部召开全国乡村旅游工作现场会,提出要对照“十四五”规划要求,持续推进乡村旅游重点村建设,引导乡村民宿健康可持续发展,优化乡村旅游产品供给,推进乡村旅游全产业链发展,加强乡村旅游基础设施建设,强化乡村旅游人才支撑。

今年9月,文化和旅游部、国家发展改革委公布了第三批全国乡村旅游重点镇(乡)名单。截至目前,我国乡村旅游重点镇(乡)总数达到1619个。从乡村旅游重点村向乡村旅游重点镇(乡)拓展,是推动乡村旅游高质量发展的有力举措,也是乡村旅游品牌化发展的必然要求。

笔者认为,乡村旅游品牌化发展需要以高品质的旅游产品为基础,要做好两个结合:

一是旅游产品与游客需求相结合。乡村旅游凭借原生、绿色、休闲和近程等特点,成为疫情防控常态化下人们出游的重要选择。据全国乡村旅游监测中心测算,今年一季度全国乡村旅游接待总人次接近10亿、乡村旅游总收入3898亿元。值得注意的是,仍有一些地方的乡村旅游产品设计脱离游客的实际需要,对主要客源地缺乏调研,造成供需错位。

二是旅游产品与乡村特色旅游资源相结合。高品质乡村旅游产品设计和运营需要立足当地乡村的自然资源、人文环境和文化底蕴,尤其在乡村旅游蓬勃发展的当下,诸如红色、运动、康养、民俗、艺术等主题增长的文化消费需求。文创产品要在提升产品文化内涵和创意含量上下功夫。要深入挖掘文化内涵和文化元素,在文创产品中突出鲜明的传统文化特色,开发兼具文化内涵、科技含量、实用价值的文化创意产品,开发艺术性和实用性相统一、适应现代生活需求的文化创意产品。要充分运用创意和科技手段,注意与产业发展相结合,推动文化资源与现代生产生活相融合,让传统文化得到更广泛地传播,实现经济效益与社会效益相统一。

期待未来的文化市场,形成形式多样、特色鲜明、富有创意、竞争力强的文化创意产品体系,推出越来越有“意思”的文创产品,讲述出一个又一个精彩纷呈的中国故事,让人们在鉴赏、使用文创产品过程中沉浸于文化意境,享受更多乐趣。

乡村旅游品牌化发展需要有特色化的宣传营销来支持。许多乡村拥有特色的旅游资源,但因营销短板而不为人知。在自媒体、云直播、网红经济蓬勃发展的今天,各地乡村旅游发展要顺应潮流,积极创新宣传营销模式,开展差异化、特色化的宣传推广。可以从以下两方面切入:

一是坚持真实宣传。为吸引游客,一些地方在制作宣传资料时使用“美图”过分渲染景区特色,实际上,当地的旅游接待能力不足、设施不全,有的连基本的游客服务都没有。乡村旅游不能做“一次性”生意,要坚决避免虚假宣传。

二是坚持亮点宣传。在乡村旅游品牌推广过程中,要避免千篇一律。要从把握市场发展脉络与市场

需求出发,从季节、风俗、美食、产业、自然景观、节庆等资源中选取最具差异化的特色亮点,借助主流媒体、自媒体等平台,利用“代言人”、新闻热点、公益宣传等方式提高宣传精度,达成宣传成效的最大化。

人才是旅游业可持续发展的重要保障。乡村旅游品牌化发展要有专业化的人才队伍作支撑。如何吸引人才回流,甚至吸引外部人才进驻,是乡村旅游品牌化发展需要重点关注的。可以从三方面进行考虑:

一是明确人才需求的类型规模。每个乡村的资源禀赋、经济基础、历史文化底蕴不同,所需人才的类型、层次也不同。个别经济基础相对薄弱的乡村,发展乡村旅游亟需的是具备基本沟通、服务能力的一线人员。而经济相对发达的乡村,对高素质创意人才、经营人才、管理人才的需求更为突出。

二是解除人才安居的后顾之忧。人才在选择是否投身乡村事业时,一个重要考量因素是当地教育、医疗等公共服务水平。随着乡村振兴战略的推进和美丽乡村建设的不断深入,在村容村貌得到极大提升的同时,乡村公共服务能力也应当适时加快提高。尤其是随着5G、互联网、大数据等技术的普及,提高乡村公共服务能力,解除人才在教育、医疗等方面的后顾之忧尤为迫切。

三是提供人才成长的空间。乡村是创业创新的沃土,也是创业创新的蓝海。要鼓励人才到乡村创业、创业,鼓励人才发挥头雁作用。有了充足的发展空间,乡村旅游品牌化建设自然能够吸引人才集聚,乡村旅游也就有可持续发展的新鲜“血液”。

另外,乡村旅游品牌化发展要有规范化的市场管理作保障,在营造良好氛围的同时,做好安全防范。乡村旅游发展涉及农村管理、旅游管理、市场管理等方面,往往需要多部门协同管理。地方管理部门对乡村旅游的品牌化发展有举足轻重的作用。各部门应有“一盘棋”的大局观,面对新情况、新挑战、新问题,要勇于担当,敢于作为。有关部门要从合理规划、政策支持以及投资者与经营者合法权益保障等方面,为乡村旅游发展提供良好的发展氛围。要坚持公共利益至上的原则,杜绝恶性竞争、不法经营等损害行业健康发展的行为。常态化疫情防控下,公众对出游的公共卫生安全关注度较高。要按照疫情防控相关要求,做好人员流动的管理,建立完善的常态化疫情防控标准与防控应急预案,为游客提供安全、放心的旅游环境。

来论

# 文创产品要在“创”字上下功夫

文创产品开发要把文化与创意结合起来,对文化元素进行个性化解读、诠释,找到传统与现代的结合点,使其适应当代消费者需求和偏好,满足人们不断增长的文化消费需求

□ 潘铎印

虽然距离虎年还有一段时间,但带有虎元素的挂历、台历等各类文创产品都已陆续上市。虎元素产品极大丰富了消费者的选择,让人们提前感受到虎年春节的快乐气息。

随着物质生活水平的提高,人们越来越追求生活品质化、艺术化。文创产品是具有巨大市场需求空间、承载着独特文化符号和内涵的商品,受到广大消费者青睐。特别是在传统节日,文创产品集中推出,业界开发的文创产品不断满足人们文化消费需求,创造良好的社会效益和经济效益。文

创产品以传统文化为底蕴,有利于弘扬和传承中华优秀传统文化。

今年8月,文化和旅游部、中央宣传部、国家发展改革委等部门联合印发《关于进一步推动文化文物单位文化创意产品开发的若干措施》,为进一步提升保护传承弘扬中华优秀传统文化、革命文化和社会主义先进文化,深入挖掘文化文物资源的精神内涵,促进文化创意产品开发水平不断提升指明了方向。

各地各部门和景区通过挖掘特色文化资源,研发出一系列具有特色文化元素的文创产品,有力推动了文化产业发展和文化市场繁荣。

但也要看到,当前我国的文创产品研发市场还存在一些误区,如,一些文创产品的元素添加刻意做作、牵强附会;有的文创产品制作工艺粗糙,产品有品无质;有的盲目开发,追求高端,性价比失衡,以高利润率获取暴利,让消费者望价生畏;同质化严重,跟风效仿,一把“火”后,偃旗息鼓。

优秀的文创产品要有质感、有温度、有故事。实践证明,只有推陈出新、以人为本、品质过硬、内涵深刻、以文化人的文创产品,才能赢得消费者和市场的广泛欢迎。

文创产品要在“创”字上下功夫。传统文化是文创产品的灵魂,文创产

品开发要把文化与创意结合起来,对文化元素进行个性化解读、诠释,找到传统与现代的结合点,使其适应当代消费者需求和偏好,满足人们不断增长的文化消费需求。文创产品要在提升产品文化内涵和创意含量上下功夫。要深入挖掘文化内涵和文化元素,在文创产品中突出鲜明的传统文化特色,开发兼具文化内涵、科技含量、实用价值的文化创意产品,开发艺术性和实用性相统一、适应现代生活需求的文化创意产品。要充分运用创意和科技手段,注意与产业发展相结合,推动文化资源与现代生产生活相融合,让传统文化得到更广泛地传播,实现经济效益与社会效益相统一。

期待未来的文化市场,形成形式多样、特色鲜明、富有创意、竞争力强的文化创意产品体系,推出越来越有“意思”的文创产品,讲述出一个又一个精彩纷呈的中国故事,让人们在鉴赏、使用文创产品过程中沉浸于文化意境,享受更多乐趣。

声音

“‘扫码点餐不得捆绑关注公众号’是理性回归,有助于规范商家的经营行为,维护消费者的合法权益,提升扫码点餐的消费体验”

——针对“扫码点餐强制关注公众号”问题,《北京青年报》近日发表评论指出,点餐先关注公众号,意味着公众号可以获取消费者的昵称、头像、性别、所在城市等个人信息。在微信平台自查的同时,有关部门也要加强常态化监管,以《个人信息保护法》的贯彻实施为契机,对餐饮、商超、酒店等与百姓生活息息相关的行业进行排查,依法纠正过度采集和使用个人信息的行为。

“更好营造浪费可耻、节约为荣的氛围,使厉行节约、反对浪费在全社会蔚然成风”

——近日,国家发展改革委等四部门联合发布《反食品浪费工作方案》。对此,《中国纪检监察报》发表评论指出,遏制食品浪费,既要旗帜鲜明反对铺张浪费不良风气,又要引导公众树立正确饮食消费观念。与此同时,注重正面倡导和正向激励,宣传推广典型经验做法。正反两方面相结合,引导群众摒弃错误观念、形成不想浪费的行动自觉。

(本版编辑 龚立仁 整理)



## 以优质服务展现北京冬奥会人文关怀

近日,北京冬奥组委举行新闻发布会。北京冬奥组委运动会服务部部长于德斌表示,北京冬奥会住宿餐饮筹备工作正有序推进。北京冬奥组委按照“三个赛区、一个标准”,从早、从快、从细、从严推进住宿、餐饮等业务领域工作。面对依然严峻复杂的疫情防控形势,按照“简约、安全、精彩”的办赛要求,既严格落实疫情防控要求,体现疫情防控的“硬度”,也同步提高服务质量,体现人文关怀的“温度”。

# 驴友探险不能“擅闯”法律边界

驴友探险必须在法律规定范围内进行,如果探险活动本身涉嫌违法,那么即便遭遇意外,驴友自身权益也无法得到保障

□ 苑广阔

近日,广东省英德市法院审理了两起生命权纠纷案件。在未经自然保护区行政主管部门批准的情况下,两人擅自进入自然保护区游玩导致意外发生,法院最终判决擅闯者负全责,该自然保护区行政主管部门及当地政府无需承担任何赔偿责任。

悲剧的发生给两名遇难者家人带来了巨大的悲痛。遇难者家属把包括保护区在内的相关方告上法庭,要求赔偿的时候,他们的诉讼请求没有得到当地法院的支持,一二审均败诉。法院的判决符合法律精神,同时也具有很强的警示意义。

遇难者黎某、梁某等人进入自然保护区游玩并未经有关管理部门批准,属于擅自进入的违法行为。也就是说,当事人违法在先,然后才发生了遭遇山洪洪命的意外。

此前,因为该自然保护区已经多次发生驴友伤亡事故,当地政府和自然保护区管理部门均在进入保护区的必经之路以及安全隐患区设置了大量

的警示警告牌,在事故发生地的溪边也有两块标注“危险水域,严禁游泳”“严禁玩水”的警示牌。2017年8月,该自然保护区管理局发布了关于禁止进入保护区开展观光旅游、登山探险等活动的通告。2019年,英德市政府也发布了相关禁止通告。

近年来,经常有一些驴友无视法律法规,擅自进入自然保护区探险,发生迷路、受伤等情况。当地政府、消防部门以及社会救援机构,不得不投入大量人力、资源进行救援。而救援成功以后,相关部门则要求被救援的人承担部分救援费用,如果发生纠纷,还会把被救援者告上法庭,最终也会得到法院的支持。

这足以说明,驴友不服从管理规定而擅自进入自然保护区、未开放区域,一旦发生意外,不但不可能得到赔偿,而且如果因为救援产生了费用,还可能要支付费用。

笔者提醒,驴友探险必须在法律规定范围内进行,如果探险活动本身涉嫌违法,那么即便遭遇意外,驴友自身权益也无法得到保障。