

时评

弘扬中华优秀传统文化 抒写奥运史上精彩篇章

在助力高水平办好冬奥会、冬残奥会的同时,也要动员体育、文化和旅游、宣传等各方力量,让此次盛会成为呈现中国发展、讲好中国故事、传递中国价值的重要载体和平台

□ 特约评论员 马振涛

习近平总书记指出,要“用情用力讲好中国故事,向世界展现可信、可爱、可敬的中国形象。”即将举办的北京2022年冬奥会和冬残奥会,是展示中国文化魅力的世界级舞台,是讲述中国故事的最佳场景。文化和旅游行业要把握好这个契机,在助力高水平办好冬奥会、冬残奥会的同时,也要动员体育、文化和旅游、宣传等各方力量,让此次盛会成为呈现中国发展、讲好中国故事、传递中国价值的重要载体和平台。

办好北京冬奥会,讲好中国故事,要充分彰显奥林匹克精神的价值。2020年以来,新冠肺炎疫情席卷全球。北京冬奥会和冬残奥会是特殊时期举办的一次振奋人心的全人类盛会,是非常时期中国对国际社会的又一特殊贡献。2021年11月发布的《二十国集团领导人罗马峰会宣言》强调:“我们期待北京2022年冬奥会和冬残奥会。这是来自世界各国的运动员竞技的重要机会,也是人类韧性的象征”;当年12月,第76届联合国大会

通过的北京冬奥会奥林匹克休战决议指出,“北京冬奥会将是展现人类团结、韧性和国际合作宝贵价值的契机。”面对百年未有之大变局挑战,办好北京冬奥会,必将更加突显更快、更高、更强、更团结的奥林匹克精神。

办好北京冬奥会,讲好中国故事,要充分利用中国文化的魅力。文化和旅游行业要充分利用中国文化的魅力,找到中国文化元素。如,火种灯的创意源自西汉长信宫灯,火种台的创意源自西周何尊,奖牌的设计灵感则源自同心圆玉璧;作为比赛场地的首钢滑雪大跳台设计理念源自敦煌壁画中的飞天形象等。此外,北京、延庆和张家口三个冬奥村都有鲜明的中国特色。如张家口冬奥村用“中国院落”诠释奥运理念,其规划设计借鉴了中国北方四合院的理念。冬奥会期间,这片“中国院落”将向世界展现不一样的精彩。

办好北京冬奥,讲好中国故事,要着重实现“文体旅”有机融合,在冰雪

强国建设中,实现“旅以聚人、文以化人、体以健人”。借着冬奥热潮,要深入落实“带动三亿人参与冰雪运动”要求,大力推广普及群众性冰雪运动,助力建设“健康中国”,让冰雪文化成为一种时尚和生活态度,让冰雪文化、冰雪体育运动更好地走入人们的日常生活,让更多国人成为冬季运动的“参与者”;要积极推进建立国际性、世界级景点景区和冰雪旅游主题公园;要推出一些标杆冰雪旅游城市、冰雪旅游赛事、冰雪度假区、景区活动,为“文体旅”有机融合创造更为优质的平台和条件。

办好北京冬奥会,讲好中国故事,要突出奥运独特价值与“中国机遇,世界共享”的宽广胸怀。北京2022年冬奥会和冬残奥会的举办是国家强大与民族复兴路上的又一次历史见证。冬奥会口号“一起向未来”,体现了“共享办奥、开放办奥”的理念,也符合奥林匹克运动的核心价值和愿景,以及追求团结、和平、进步、包容的共同目标。站在新的历史方位,面对世界目光,我们需要有更加开放、包容、自信、平和的心态,以海纳百川、有容

乃大的胸怀与世界接触。同时,也要以自信心和平常心来看待各种不同的声音,不被噪音所扰。

办好北京冬奥会,讲好中国故事,要考虑到中外文化差异,做好对外传播工作,展示真实、立体、全面的中国形象。要展示好中国人民对发展奥林匹克运动、传播奥林匹克宗旨理念、推动奥林匹克文化建设的热情与奉献;兼顾国内和国际受众不同需要,既要维护好、树立好国家形象,更要倡导人类命运共同体意识;要形成让国际传播话语对象接受的公共语境,传播中国主张,总结中国智慧,提炼中国方案,让外部世界听得懂、听得清;要以积极向上、充满自信的姿态,让北京的冰雪故事乃至更具魅力与吸引力的中国故事感动世界。

“办好北京冬奥会、冬残奥会是党和国家的一件大事,是我们对国际社会的庄严承诺”。我们期待着北京冬奥会和冬残奥会成为一届“精彩、非凡、卓越”的体育盛会,能够真正展现中华文明,体现全球意义,抒写奥运历史上又一个精彩绝伦的中国故事,谱写北京“双奥之城”新篇章。

学习贯彻六中全会精神

站在更高的历史视角 推动旅游业高质量发展

要树立强烈的责任感和使命感,以更大的历史格局来规划企业的持续发展,以更崇高的目标来塑造企业的发展愿景,共同推动行业发展阶段的转变,主动参与行业的变革之中

□ 马和平

当前,旅游业面临前所未有的巨大挑战,旅游企业应该如何应对危机,沿着高质量发展之路持续前行呢?

笔者认为,疫情危机仅是外因。一个行业能否应对危机,很大程度上取决于行业自身发展是否符合时代发展的理念;一家企业能否在危机中存活下来,取决于其经营模式是否具有可持续性。

旅游业经历了40余年的快速发展,各个细分领域均取得巨大成就,但仍然存在突出的结构性矛盾——不同地区之间、不同业态之间发展不平衡;供给驱动的总特征没有发生根本性改变,但一些企业在业务布局和商业模式上缺乏长期规划,结构不够合理,抗风险能力不足。

因此,在新的历史时期,旅游行业应更关注结构性矛盾,提升抗风险能力和可持续发展能力。要讲好中国故事,推进旅游业高质量发展。

旅游与文化有着天然的内在联系,旅游业高质量发展是对民族优秀传统文化最好的传承,也是创造新时代精品文化的重要路径。大众旅游时代,高质量的旅游消费事关人民群众的幸福生活,普惠化、高质量的旅游服务是行业未来发展的目标。

党的十九大报告指出,“中国特色社会主义进入新时代,我国社会主要矛盾已经转化为人民日益增长的美好生活需要和不平衡不充分的发展之间的矛盾”。新时代社会主要矛盾的解决要求旅游业高质量发展。旅游行业应该站在更高的历史视角,审视旅游业高质量发展,进一步明确肩负的历史使命。

首先,要有强烈的使命感。经历了改革开放40余年的高速发展,我国旅游产业规模已位居世界前列,但仍存在一些深层次的结构性矛盾,人们对高质量旅游服务的需求还没有得到很好满足,行业发展质量仍有待提升。

旅游从业者应该树立强烈的责任感和使命感,以更大的历史格局来规划企业的持续发展,以更崇高

的目标来塑造企业的发展愿景,共同推动行业发展阶段的转变,主动参与行业的变革之中。

其次,要紧跟国家战略踏实奋进,多出精品。要深刻理解、积极响应国家各项战略部署,充分认识到旅游业高质量发展的重大意义,充分认识优质文化和旅游产品对于坚定“四个自信”的特殊价值,深入研究市场需求规律,加快产品创新投入,多出精品,面向全球讲好中国故事,展示更加自信的中国。

要坚持旅游为民、旅游富民,让旅游成为小康社会的标配、美好生活的必备。共同富裕是社会主义的本质要求,是中国特色社会主义的重要特征,也是包括旅游业在内的各行各业高质量发展的最终目标。在实现共同富裕这项伟大事业中,旅游业的使命可分为两个维度,即消费端和产业端。

在消费端,旅游业的使命在于不断推进高质量发展,促进文旅融合,增加优质旅游产品供给和可及性,满足人民群众文化生活层面的消费需求。这也是精神生活“共同富裕”不可或缺的重要方面。

在产业端,旅游业的使命在于“强产业,增收入”。一方面,帮助旅游资源丰富的欠发达地区培育优势产业,为缩小地区发展差距助力;另一方面,帮助有条件的地区大力发展乡村旅游,壮大以农文旅为基础的乡村产业,缩小城乡差距,推进物质生活“共同富裕”。

结合国情及行业实际情况,站在共同富裕这一终极目标的角度,推进旅游业高质量发展可以从数字化切入,主要有两个方面:

一是在产业端加快提升旅游产业链整体数字化水平,不断提升整个行业效率。同时以新技术应用为契机,推动业态创新、产品创新,以创新和发展解决深层次的结构性问题。

二是加快提升消费领域数字化和线上化水平,在我国强大的互联网及数字产业基础上,提升优质旅游产品的可及性,缩小消费端的“数字鸿沟”。

(作者系同程集团联合创始人、同程旅行CEO)

大众“出游宝典”彰显旅游公共服务品质提升

一方面,方便快捷的旅游信息查询可以为大众旅游提供更舒适的旅游体验,促进旅游服务质量的提升。另一方面,官方的旅游公共服务信息更具权威性

□ 徐刚

近日,文化和旅游部在政府门户网站开设了“大众旅游服务”栏目。“大众旅游服务”栏目集资讯服务、购票预约、线路推荐、天气预报等功能于一体,306家国家5A级景区、45家国家级旅游度假区、853家星级酒店等信息在一张地图上一目了然。栏目突出公共服务属性,不发布商业信息,不链接商业网站,为大众提供免费的“出游宝典”。

网站小栏目,蕴含大文章,文化和旅游部推出的“大众旅游服务”栏目令人眼前一亮。这份免费的“出游宝典”既是文化和旅游部门放管服改革的成果,更是大众旅游的免费指南。

外出旅行,涉及吃、住、游、行等诸多方面,一份实用的“出游宝典”至关

重要。一直以来,公众出游信息的获得多来自商业化的旅游网站,不少旅游信息要么收费,要么就暗藏玄机成为变相广告,很容易对公众造成误导。正因如此,公众希望能有一份免费且权威实用的“出游宝典”。文化和旅游部推出的“大众旅游服务”栏目恰恰满足了大众旅游的需求,既涉及旅游景点,也涵盖酒店住宿,可以说想到了大众的心坎上。

在海量的政府服务信息中,“大众旅游服务”虽说是一个小栏目,却颇具新意。这意味着旅游公共服务水平的提升。作为旅游业的重要一环,旅游信息查询本身就是旅游公共服务的一部分。一方面,方便快捷的旅游信息查询可以为大众旅游提供更舒适的旅游体验,促进旅游服务质量的提升。另一方面,这种官方的旅

游公共服务信息更具权威性。客观而言,这份“出游宝典”虽然免费,却代表了“国家队”的水准,更值得公众信赖。

据文化和旅游部公布的数据,2021年前三季度,国内旅游总人次26.89亿,国内旅游收入(旅游总消费)2.37万亿元,比上年同期增长63.5%。大众旅游时代的到来,公众的旅游期望越来越高,对旅游公共服务的要求也越来越高。

对于文化和旅游主管部门而言,推进“放管服”改革,满足大众旅游需求是大势所趋。从某种意义上讲,免费“出游宝典”的出现,正是大众旅游繁荣的必然结果。而互联网+旅游、大数据技术的广泛应用也为“大众旅游服务”栏目的出现提供了基础。

立足公益和公共性,为大众提供

更优质的旅游公共信息服务,是文化和旅游部门长期以来的重要工作。《“十三五”旅游业发展规划》中就提出,要建立旅游公共信息服务平台,面向游客提供旅游公共信息查询、导游导览、旅游产品预订、旅游投诉与处理等功能为一体的在线服务,实现旅游公共信息服务的在线化、一体化、集成化。《“十四五”文化和旅游发展规划》提出,要加强旅游信息基础设施建设,深化“互联网+旅游”,加快推进以数字化、网络化、智能化为特征的智慧旅游发展。以提升便利度和改善服务体验为导向,推动智慧旅游公共服务模式创新。

我们相信,未来,类似“大众旅游服务”这样的官方“出游宝典”会越来越多,旅游公共服务也会越来越好。

购,仍采取线下发售,这不仅折腾众多粉丝,也给了“黄牛”参与机会,并影响迪士尼形象。这也不免让人怀疑,上海迪士尼一方面通过线下发售紧俏的圣诞系列商品进行公开炒作,让粉丝对这类商品有“饥饿感”,为后续销售或者为明年圣诞系列商品进行预热、营造氛围。另一方面,通过这样的发售活动为迪士尼相关商店或者为迪士尼聚人气。

(本版编辑 龚立仁 整理)

服务“国之大事” 拓展旅游业高质量发展新格局

(上接第1版)国家文化公园、海南自贸港、大湾区、乡村振兴等国家战略的实施,有效拓展了旅游业的发展空间。与此同时,我们也要看到中远程市场的收缩、就业率和收入的下降,以及企业家信心偏弱对旅游业高质量发展的阶段性冲击和长期影响。

新发展阶段的旅游业高质量发展需要注入新内涵、实施新举措。共同富裕发展目标要求文化和旅游既要融合,也要互益,在满足人民群众文化需求和保障人民群众旅游权益方面发挥更大的作用。要践行习近平生态文明思想,坚持适度开发,倡导绿色旅游和生态旅游,推进旅游业高质量发展。要贯彻乡村振兴战略,因地制宜发展乡村旅游、休闲农业新业态,贯通产加销,融合农文旅,推动乡村产业发展壮大。要出台《推动旅游业高质量发展的意见》,开好旅游业高质量发展推进会,实施《国民旅游休闲纲要(2021—2030)》,为旅游业贯彻新发展理念,构建新发展格局提供思想共识和精神动能。要充分发挥政府和市场两个方面的力量,建设好世界级旅游景区、度假区,世界级旅游城市,推出一批国家级旅游休闲城市和街区,引导旅游市场主体的文化创造、场景营造和数字化转型,形成新时期旅游业高质量发展的空间格局和生态。

旅游工作者必须牢记“国之大事”,融入“国之大事”,服务“国之大事”,全力拓展旅游业高质量发展新格局。旅游业经济属性强、市场化程度高、产业影响力大,在新时代要主要融入国家战略,服务大事要事。在做好疫情防控、纾困解难和创新发展的同

时,各类旅游市场主体要自觉承担文化强国的建设任务。要坚持稳字当头、稳中求进,深化供给侧结构性改革,加强需求侧管理,让旅游业在“六稳”“六保”方面,特别是保民生、保就业、保市场主体方面发挥更大作用。要坚持以文塑旅、以旅彰文,推动文化和旅游在更广范围、更深层次、更高水平上实现融合发展。

各地要精准施策,合力创新,稳步推动旅游业高质量发展再上新台阶。要适应新时代人民群众旅游休闲需求,让人民更好得到文化滋养、乐享旅游时光。为此,要动态调整旅游行业疫情防控政策举措,稳定市场预期,提升企业信心和产业景气;重点推进“十四五”规划确定的世界级和国家级项目建设,为旅游发展提供更大的实体空间和更好的场景依托;加强旅游法治建设、行业监管和产品促进,持续提升旅游业治理体系和治理能力现代化水平;落实京张体育文化旅游带建设规划,让冬奥会、冬残奥会不仅留下承载全民体育文化盛事记忆的历史遗产,也培育旅游业高质量发展的未来资产;培育丝路文化之旅品牌、实施亚洲旅游促进计划,为“美丽中国”国家旅游形象注入新内涵,为人类命运共同体建设作出新贡献;做好旅游统计、科学研究、智库建设、旅游教育和人才培养等现代旅游业的战略支撑工作。这些任务既是年度性具体工作,也是连续性战略任务。让我们深入贯彻落实2022年全国文化和旅游厅局长会议精神,努力将文化建设和旅游发展得更好、文化和旅游融合得更好,以优异成绩迎接党的二十大胜利召开。

(作者系中国旅游研究院院长)

声音

“对自然多一些敬畏之心,对社会多一些责任之心,对自己多一些保护之心。让安全成为出游的底色,旅途才能收获更多美好”

——针对元旦假期期间5名“驴友”在汶川县境越千山山遇险,《北京日报》发表评论指出,这些年户外运动爱好者越来越多,但盲目跟风者占比很高,相关常识储备相当匮乏,“有些人甚至只带一瓶水就上山了。”特别

是很多驴友属于临时“拼团”,彼此毫无默契,关键时刻也难以互相帮助。按理说,这样的“小白”应当去些入门级景区,可事实上,“无知者无畏”,越是这类驴友越是胆大。即便很多野山都有明确标识,提醒游人勿进,但这些人就是要“挑战自我”,甚至心存侥幸,认为即便发生意外,也有救援人员兜底。有人遇险当然要救,但这绝非驴友任性的资本。要知道,救援资源是公共的,也是有限的,应当用在最紧急、最关乎公共利益的地方。

“作为主题乐园的经营方,既要珍惜游客对迪士尼的信任,也要始终维护自己的形象”

——近日,上海迪士尼公开限时售卖圣诞系列库存商品,吸引5000多人现场排队购买。对此,《北京青年报》发表评论指出,数量不多的紧俏商品在线上报名、抽签限购,这既可以避免粉丝排队,防止人员聚集出现疫情风险,也能做到公平分配。然而,上海迪士尼明知粉丝会排队抢



据报道,2021年10月,在《生物多样性公约》第十五次缔约方大会领导人峰会上,习近平主席宣布,本着统筹就地保护与迁地保护相结合的原则,启动北京、广州等国家植物园体系建设。北京市将整合北京植物园的南园和北园,并在北京城市副中心建设一座国家级植物园。新建的北京国家植物园将于今年正式挂牌。

人民视觉 供图