

时评

# 推动体旅融合发展“一起向未来”

积极导入冬奥会等市场热点,强化和优化供给管理,有针对性地提供更多、更好、更安全的旅游产品和项目,满足人民群众对旅游活动的新需求和新期待,无疑是降低疫情影响,恢复和增强旅游市场竞争力的关键所在

□ 特约评论员 银元

虎年春节因与北京冬奥会相遇而更加精彩。2月4日,大年初四,恰逢立春,第24届冬季奥林匹克运动会开幕式在国家体育场鸟巢正式上演。从二十四节气的倒计时设计,到贯穿其中的炫目数字技术;从晶莹剔透的“冰雪五环”,到闪闪发光的“和平鸽”;从唯美浪漫的雪花火炬台,到独具创意的点火仪式。满满的中国特色、浓浓的年味,向全世界诠释了“立春始,万物生”的文化内涵,传递着“一起向未来”的主题,瞬间震撼、温暖、征服了数十亿中外观众的心,也再次点燃了全世界人民的冰雪激情。

一场简约、安全、精彩的开幕式,让我们看到了科技与艺术的碰撞、体育与文化的融合,也感受到了大众对冰雪运动的热情。开幕式前参与热场舞的普通群众演员,开幕式中播放的萌娃们滑冰滑雪《未来的冠军》短片,更是形象生动地展示着各个年龄层、各行各业对冰雪运动、冰雪旅游的积极关注和热情参与。可以说,开幕式不仅拉开了北京冬奥会的帷幕,也带动了春节假期冰雪旅游的火爆,更展

示了“带动三亿人上冰雪”目标的圆满实现。

春节遇上冬奥,点燃了人民群众参与冰雪运动的热情,带动了冰雪旅游产品的火爆,凸显出“冰天雪地也是金山银山”的资源价值和品牌价值。春节期间,北京冬奥会和各地“冬季旅游”系列文化和旅游消费惠民活动效应叠加,进一步激发了冰雪旅游消费热情,赏冰雪、泡温泉、滑雪滑冰等成为游客“打卡”的热门项目。根据各地旅游主管部门统计数据,全国冰雪类型景区订单量和接待游客量较去年春节同期均有大幅上涨,“冰雪游”成为春节假期最热门的旅游主题。

“冰雪游”的火爆折射出,在新冠肺炎疫情对旅游行业的影响尚未结束的背景下,积极导入冬奥会等市场热点,强化和优化供给管理,有针对性地提供更多、更好、更安全的旅游产品和项目,满足人民群众对旅游活动的新需求和新期待,无疑是降低疫情影响,恢复和增强旅游市场竞争力的关键所在。这就需要依托北京冬奥会带动形成的冰雪旅游消费市场热点、冰雪运动与旅游行业融合发展趋势,以及各地冰雪主题旅游景区、度假区

建设热潮,扩大冰雪旅游优质产品供给,提升冰雪旅游公共服务,让冰雪旅游从短期的单个“爆款”升级为持续的“经典款”和“组合款”,为全季旅游提供产品支撑。

冬奥“巧遇”春节,为阖家团圆、欢度新春的温馨时刻增添了冰雪运动的精彩与乐趣,让体育与旅游、与人民生活更加完美地融合起来,让人们动起来、玩起来、游起来。

统计数据表明,全国冰雪运动参与人数已经达到了3.46亿人。“带动三亿人上冰雪”目标的圆满实现,人民群众对冰雪运动的关注度、喜爱度、支持度、参与度达到更高水平,进一步扩大了冰雪旅游的群众基础,为进一步释放“潜在”冰雪旅游消费需求提供了可能和基础条件。

文化和旅游部、国家发展改革委、国家体育总局关于印发的《冰雪旅游发展行动计划(2021—2023年)》提出,“到2023年,推动冰雪旅游形成较为合理的空间布局 and 较为均衡的产业结构”。空间布局的合理性、产业结构的均衡性,在很大程度上取决于市场规模及结构的广度和深度。这就需要积极关注冰雪旅游细分市场的结构变化和特点,为深挖冰雪旅游消费潜力

提供科学指导和依据。如多家在线旅游平台发布的报告显示,“90后”和“00后”在预订冰雪运动类景区的人群中占比过半,“Z世代”正成为冰雪旅游的新生力量。针对比重不断上升,爱尝试、愿体验的年轻人,如何有效实现冰雪运动与冰雪旅游的同步扩展,更好地推进南方地区冰雪旅游景区、度假区建设,释放南方地区等区域的冰雪旅游消费需求,也是需要关注解决的问题。因此,只有及时掌握和积极回应冰雪旅游的细分市场的结构、新趋势、新特点,才能让冰雪旅游从季节性旅游、专项化旅游成为真正的“全民旅游”。

虎年春节与北京冬奥会的奇妙相遇,带来冰雪运动与冰雪旅游的完美结合,彰显了体育与旅游融合发展的强大吸引力,为践行“更快、更高、更强——更团结”奥林匹克格言提供了新载体,为降低疫情对旅游行业的影响,进一步释放旅游市场消费潜力提供了有力支持,也将共同助推体育与旅游融合发展“一起向未来”。

话题汇 • “十四五”旅游业怎么看、怎么干

# 把握重要战略机遇期 开创旅游业发展新篇章

尽管目前旅游业仍受疫情影响,但就其未来发展来看,国家政策支持、经济稳定发展、产业规划落地、科技广泛应用、消费结构升级等诸多有利因素共同构筑起旅游业的美好前景

□ 宋瑞

《“十四五”旅游业发展规划》(以下简称《规划》)正式发布。通观纵览《规划》文本,我们不仅看到了一幅旅游业发展的宏伟蓝图,也可从中窥见实现这一蓝图的具体路径,可谓视野宏大、体系完善、内容丰富、举措切实。笔者认为,《规划》有以下四大亮点。

一是以文化强国为目标,以国家级项目为依托,大力推进文化和旅游融合发展。建设文化强国是未来一段时期的重要目标。到2025年,我国社会主义文化强国建设要取得重大进展,而成熟、发达、高质量的旅游业则是文化强国必不可少的重要组成部分。如何更好地服务于文化强国建设,实现文化和旅游的深度融合和广融合,是“十四五”时期的一项重要任务。

为此,《规划》将“坚持以文塑旅、以旅彰文”列为首要原则,并从发展目标、重点任务等方面予以具体落实。众所周知,文旅融合发展是一个系统工程,既需要理念深化、制度支撑、体制完善,也需要产业实践、市场促进和产品创新。其中,重大项目、工程和载体是不可或缺的重要依托。“十四五”时期,长城、大运河、长征、黄河、长江等国家文化公园建设的持续推进,一批富有文化底蕴的世界级旅游景区和度假区的建成,一批文化特色鲜明的国家级旅游休闲城市和街区的推出,红色旅游和乡村旅游文化内涵的提炼,都将成为现实。其中,一批标志性的国家级乃至世界级项目的建成,不仅能够丰富旅游产品尤其是优质旅游产品供给,更能有效带动文旅融合发展。

其二,以科技创新为牵引,以系统性创新为支撑,实现旅游业的创新驱动和高质量发展。创新是推动人类进步的重要力量,也是理解社会变迁的主要线索。实施创新驱动发展战略,推动经济高质量发展是未来一段时期的重要任务。对于旅游业而言,“十三五”时期已将“坚持创新驱动”列为发展原则之一,此次《规划》更加强调“坚持创新驱动、优质发展”,并将“坚持创新驱动发展”列为重点任务之首。

坚持创新驱动发展,既符合国家层面经济社会发展的总体趋势,也是提升旅游业产业效率的内在要求;既是对新一轮科技革命的积极响应,也是应对新冠肺炎疫情冲击的必要策略。“十四五”时期,如何依托数字化、网络化、智能化的科技手段促进旅游业创新发展,如何以科技创新为引擎推动旅游业在产品、流程、管理、营销、制度和治理等方面形成系统创新,如何通过创新驱动全面提升产业效率从而实现优质发展,《规划》对这些问题都做出了系统安排。

其三,以大众旅游为重点,从供需两侧发力,全面拓展大众旅游消费体系。“十四五”时期,我国将全面进入大众旅游时代。在加快构建以国内大循环为主体、国内国际双循环相互促进的新发展格局背景下,如何更好地满足日益多样化、个性化、个性化的大众旅游需求,如何在新发展格局中更大程度地发挥旅游业的综合带动作用,如何构建现代旅游产业体系从而确保旅游有效供给、优质供给、弹性供给更为丰富,成为旅游业必须回答的重要命题。

《规划》从满足人民群众美好生活需要出发,面向大众旅游时代的市场需求,从优化旅游消费环境、丰富旅游产品供给、加强旅游优质服务等方面做出了详细安排,并对老年群体、农村居民、中小學生等特殊群体的旅游需求给予了特别关注。通过参与旅游活动和体验,人们的满足感、幸福感必将得到更进一步的提升。毋庸置疑,我们将迎来一个更广泛群体参与、多元化需求深度满足、各美其美、美美与共的大众旅游时代。

其四,以旅游为民为导向,兼顾公平和效率,在促进共同富裕等方面发挥重要作用。共同富裕是社会主义的本质要求,是中国式现代化的重要特征。它是全体人民的共同富裕,是人民群众物质生活和精神生活都富裕。“十四五”时期,全体人民共同富裕迈出坚实步伐。在此时期,发展旅游,除了实现拉动内需、促进消费、解决就业、实现经济增长等目标之外,更要有有效发挥旅游在就业民生、增收致富、卫生健康等方面的重要作用,从而彰显旅游以人民为中心的发展导向。

“十四五”时期,旅游业要在巩固脱贫攻坚成果、实现乡村全面振兴、促进区域平衡发展、推动健康中国建设等方面发挥更大作用,就需要建立起科学合理的旅游发展模式和公平有效的共建共享机制。在这方面,《规划》不仅明确了发展导向,也提出了不少创新性举措。

“十四五”是开启全面建设社会主义现代化国家新征程的起步五年,也是持续应对疫情影响,实现旅游业更大程度复苏与振兴的决定性五年。尽管目前旅游业仍受疫情影响,但就其未来发展来看,国家政策支持、经济稳定发展、产业规划落地、科技广泛应用、消费结构升级等诸多有利因素共同构筑起旅游业的美好前景。

我们期待也坚信,在《规划》及其他系列规划的共同指引下,中国旅游业必将充分把握未来五年的重要战略机遇期,砥砺前行,行稳致远,迎来更加美好的未来。

(作者为中国社会科学院旅游研究中心主任)

# 创新旅游休闲宣传推广 增添就地过年欢乐体验

□ 钟旅平

春节是我国最隆重、最热闹的传统节日,它承载了人民群众最热烈的情感、最美好的寄托。今年新春,受疫情反弹和防控压力,不少地方号召就地过大年,倡导非必要不返乡。春节是人们探亲访友、休闲旅游的高峰期,也成为疫情防控、安全生产的关键期。

假期本来是休闲的时光,是旅游的旺季,受疫情持续性影响,跨省游、远程游受抑制,但人民群众对旅游休

闲生活的需求依然强烈。疫情暴发以来,城市休闲、乡村度假成为旅游新热点,短距离、低密度成为旅游新特征。怎么引导人民群众过好这个特殊的虎年,让旅游在春节不仅不缺位,而且补好位,文化和旅游部资源开发司、文化和旅游部新闻中心开展了“打卡旅游休闲,打开欢乐春节”——2022年新春旅游休闲宣传推广活动,组织互联网媒体平台和在线旅游平台,主打就近就地旅游休闲产品,主推春节休闲旅游生活方式,打造一个线上线下互动、异地家乡互联、疫情防控要求和旅游

需求兼顾的活动,为广大游客提供了一个新的春节打开方式——线上看旅游休闲美景、赏休闲街区民俗、聊旅游休闲话题,线下逛旅游休闲街区,品休闲街区美食,过旅游休闲生活,让大家在旅游休闲相伴下,解思乡之情,把留守变留恋,过一个平安祥和、健康喜庆的幸福虎年。

疫情发生以来,文化和旅游部深入把握大众旅游发展规律,把握旅游市场新需求新变化,大力推动休闲旅游和乡村旅游发展,丰富休闲旅游产品和乡村旅游业态,会同国家

发展改革委推出首批国家级旅游休闲街区,指导各地推出省级旅游休闲街区,推出全国乡村旅游重点村镇,争当城市休闲的引领者、乡村度假的创新者,积极回应疫情防控下人民群众对旅游休闲的现实需求,为激发旅游消费活力、满足大众旅游需求提供了新空间。

在疫情接连不断多点散发的影响下,我国旅游业虽然仍在艰难复苏,但是在各方面的共同努力下,我们也看到了旅游业长期向好与振兴发展的行业信心和动能积蓄。

了城市书店难以打造的体验场景,既能满足成年人在大自然环境下读书的需求,又适合开展亲子教育和研学旅游。可以说,这种模式抓住了当前年轻人的“泥土情怀”,突破了农村自然风光和民俗活动的局限性,通过文旅融合,让城里人“下乡”学文化成为现实。

《“十四五”旅游业发展规划》提出,“把文化内涵融入旅游业发展全过程”,“深入挖掘和阐释其中的文化内涵,把历史文化与现代文明融入旅游业发展,提升旅游品位。”发展旅游不只有模式,书店经营也不只有模式。要开辟新思维,打造新路径,通过城乡文化融合,让传统书店转型,促乡村旅游升级。

由此可见,金龟自然书房具备

# 让传统书店转型 促乡村旅游升级

□ 丁慎毅

据《新华每日电讯》报道,今年春节假期,记者在深圳市坪山区石井街道金龟村看到:过去,当地原住民村民学文化得进城里的书店或图书馆;如今,这个村反倒把城里的城里人吸引过来了。

同样是买书读书,城里人何以舍近求远“下乡”学文化?其实,这就是网红书店模式在乡村的创新。都市书店将图书销售与文化、生活、美学、创意等结合起来,主动升级书店的产品和服务,促成“书店+”的多维模式

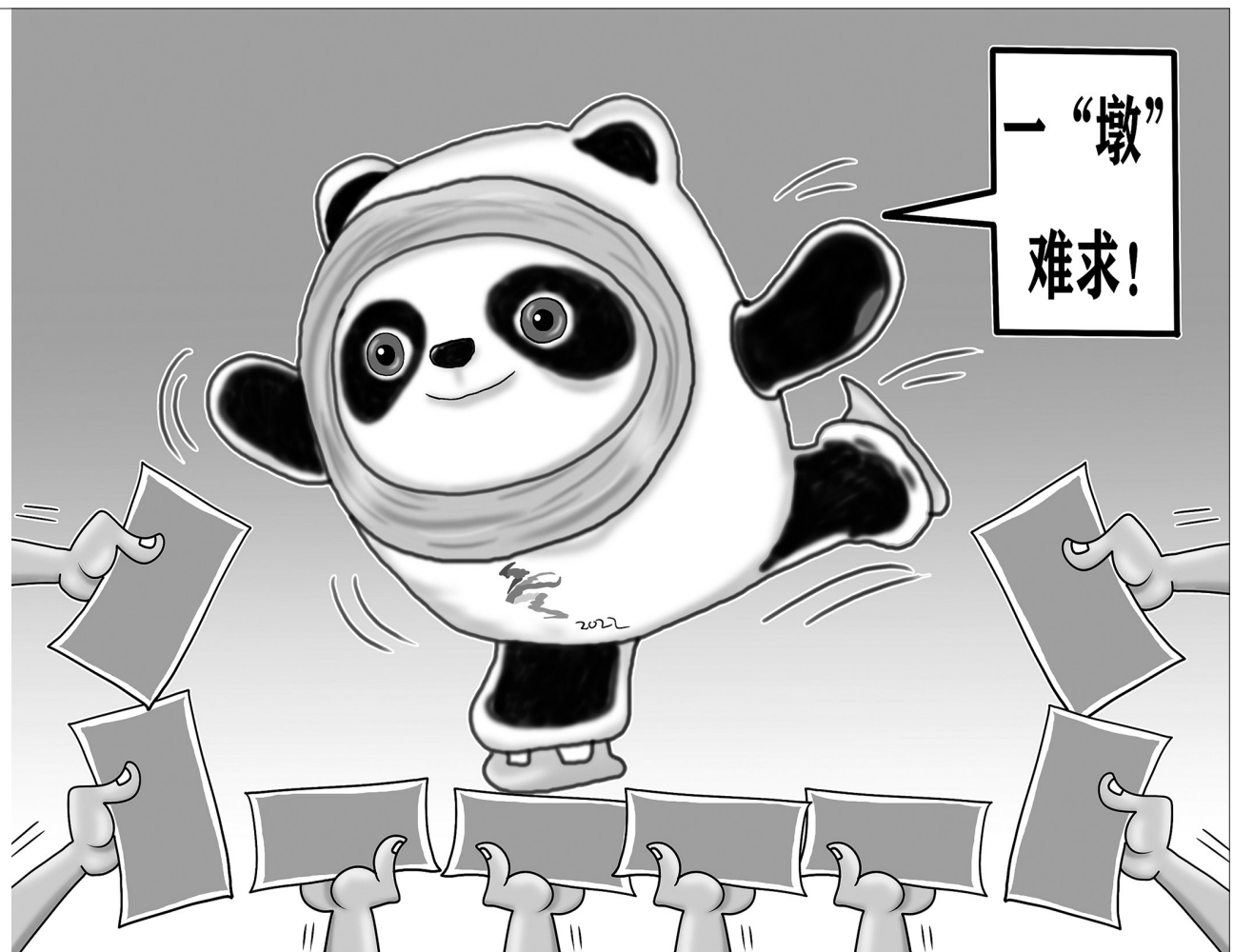
发展。这种“书店+”,不管是“+咖啡”“+餐饮”“+音乐”“+文创”,固然可以实现诗意的消费,让人获得新奇的体验效果。但本身不可避免地存在边际递减效应,时间长了,人们又会产生“审美疲劳”。书店要再创造新的审美,必须进行新的投资。

去年底,网红书店言几又深陷“关店潮”,说明颜值救不了实体书店。书店必须从以图书商品为中心的经营模式转变为以人为中心的经营模式,深入读者内心世界,用文化内涵激发读者进书店的动力。

城里人“下乡”学文化,这一鲜明

反差,源于金龟村的自然书房。金龟村依山傍水,绿树成荫,是深圳保留下来的为数不多的客家村落之一。与其他书店不同的是,金龟自然书房结合自然主题开展“星空夜读”读书会、自然科普讲座、手工亲子体验等丰富多彩的阅读活动。书房旁还有一条依山而建、长约1公里的自然教育步道,既满足小读者的阅读体验,又给家长们提供了舒适的读书环境。两年来,金龟村已接待读书爱好者2万余人次,开展各类活动百余场。

由此可见,金龟自然书房具备



## 建设滑雪旅游“国家队” 带动更多游客“上冰雪”

(上接第1版)

陕西太白鳌山滑雪旅游度假区一方面加大投入,引进世界专业冰雪设备及系统,满足滑雪爱好者度假需求;另一方面,安排管理层赴各地学习先进经验,开展业务交流。“我们力争提高规划设计水平,提升管理服务品质。同时,利用冬季旅游高峰期,向游客反季推广度假地其余三季的山地度假休闲项目。目前,我们已开发夏令营、山野民宿、露营、花海、垂钓、自行车、登山、旱雪等项目,并引进多家专业山地生活品牌,力争减少淡季运营压力,做到可持续发展、全季发展。”太白鳌山滑雪度假区市场总监余水说。

内蒙古扎兰屯市文化旅游投资开发有限责任公司董事长樊杰说:“内蒙古扎兰屯滑雪旅游度假区将按照国家标准,全力推进进山四季运动主题乐园建设,继续打造国家级综合性体育运动训练基地,加大招商引资力

度,丰富四季运动休闲旅游产品。同时,以‘打造户外休闲旅游目的地’为核心理念,进一步加强基础设施建设,冬季开展滑雪、温泉、雪地摩托等项目,夏季开展登山、露营、漂流、山地自行车等项目,打造集休闲娱乐、商务会展、度假养生于一体的户外休闲旅游目的地。”

“下一步,乌鲁木齐南山滑雪旅游度假区将依托专业团队设计推广冰雪旅游整体形象,重点打造‘心宿南山’品牌。大力普及群众性冰雪运动,降低参与冰雪休闲和冰雪旅游的‘门槛’,培育本地冰雪旅游基础市场。加大丝绸之路冰雪风情宣传力,积极承办国家级冰雪赛事,打造冰雪旅游活动、冰雪赛事品牌。”新疆维吾尔自治区乌鲁木齐市南山景区管委会副主任魏建说。

(采访组成员:高越 王思超 刘玉萍 侯薇 杨净毓 周凤文 吴越 白晔 任丽 稿源:赵腾洋)