

观察

推动乡村旅游转型升级 为乡村振兴作出更大贡献

要通过产业和业态创新、产品和服务创新、资源配置和利益联结机制创新等手段,在完成乡村旅游自身转型升级的基础上,为推进乡村全面振兴、促进农民农村共同富裕作出更大贡献

□ 特约评论员 王德刚

国务院印发的《“十四五”推进农业农村现代化规划》提出,优化乡村产业布局,健全乡村产业体系。以农业资源为依托,以农民为主体,培育壮大现代种养业、乡村特色产业、农产品加工流通业、乡村休闲旅游业、乡村新型服务业、乡村信息产业等,形成特色鲜明、类型丰富、协同发展的乡村产业体系。

“十四五”期间,我国经济社会发展进入新阶段,作为现代产业体系的重要组成部分,乡村旅游肩负着新的历史使命,要在自身实现产品提档升级和发展模式转型的基础上,以更加积极的作为响应和参与国家战略,为推进乡村全面振兴战略、促进农民农村共同富裕作出新贡献。

首先,要通过乡村旅游重点县、重点村镇和重点园区的打造,树立乡村产业特色化发展的示范标杆,引领乡村经济发展方向。构建现代农村经济体系、提升产业链供应链现代化水平,是当前我国农业农村工作的重要指导理念。要鼓励各地区根据自身资源特点,因地制宜发展乡村旅游,通

过县域、镇域、村庄和园区等各级乡村旅游产业体系的整体打造,构建以乡村旅游和乡村服务业等新业态、新业态为主导的现代农村特色产业体系;统筹整合区域资源、产品和服务,突出各自特色,构建全方位、多层次的乡村旅游品牌体系;通过统一规划,统筹和整体推进区域乡村旅游道路、停车场、厕所、污水处理设施等基础设施建设,完善公共服务体系,让重点县、重点村镇和重点园区成为全国乡村旅游集聚发展、打造以乡村旅游引领乡村全面振兴的典型范例和示范标杆。

其次,创新产品和业态,打造乡村旅游和乡村经济发展的新引擎。大众旅游时代,旅游消费者的需求发生了很大变化,在传统农家乐基础上发展起来的乡村旅游正面临着转型升级的挑战。《“十四五”旅游业发展规划》提出,要优化乡村旅游产品结构,丰富产品供给,推进乡村民宿高质量发展;《“十四五”推进农业农村现代化规划》提出,要推动农业与旅游、教育、康养等产业融合,发展田园养生、研学科普、农耕体验、休闲垂钓、民宿康养等休闲农业新业态。未来乡村旅

游的发展,要充分发挥乡村的生态优势、环境优势、物产优势,充分利用好乡村传统民俗、邻里亲情等文化资源,开发更符合现代旅游消费者休闲度假、沉浸体验、旅居康养等消费需求的新产品、新业态和新服务,以新产品供给引导新消费、扩大新市场,以新消费和新市场拉动乡村经济新增长,打造乡村旅游和乡村经济发展的新引擎。

再次,充分挖掘和有效利用乡村文化,通过融合发展促进乡村优秀传统文化保护传承和创新发展。乡村是传统文化的重要载体,乡村传统文化是发展乡村旅游的重要资源。要深入挖掘、传承和提升乡村优秀传统文化,发展乡村旅游的重要资源。要深入挖掘、传承和提升乡村优秀传统文化,发展乡村旅游的重要资源。要深入挖掘、传承和提升乡村优秀传统文化,发展乡村旅游的重要资源。

创新发展。

最后,要建立健全利益联结机制,促进农民农村共同富裕。共同富裕是未来我国经济社会发展的重要指导理念,在我国广大的农村,许多地方刚刚实现了脱贫,农民的收入还比较低、生活水平还不高,实现农业现代化和农业农村的全面发展依然面临较为艰巨的任务。因此,发展乡村旅游和农村经济,要坚持促进农民农村共同富裕的发展道路。在空间层面上,要坚持城乡融合发展,以保障和改善农村民生为优先方向,强化以工补农、以城带乡,加快建立健全城乡融合发展体制机制,促进城乡协调发展、共同繁荣;在利益分配机制层面上,要建立健全利益联结机制,提升农民在发展乡村旅游中的主体地位,让农民更好地分享乡村旅游发展红利。

总之,“十四五”期间既是我国经济社会发展新阶段,也是我国乡村旅游发展的重要转型期,我们要通过产业和业态创新、产品和服务创新、资源配置和利益联结机制创新等手段,在完成乡村旅游自身转型升级的基础上,为推进乡村全面振兴、促进农民农村共同富裕作出更大贡献。

时评

“冰墩墩”成“顶流” IP产业化值得期待

□ 特约评论员 杨劲松

2022北京冬奥会赛事激战正酣,“冰墩墩”等冬奥会文创产品备受追捧,“秒空”“大排长龙抢购”现象引发业界对文创产品开发的关注。

北京冬奥会是全球瞩目的体育盛会,具有强大的品牌影响力。“冰墩墩”引爆社交网络,是成功破解冬奥会流量密码的“顶流”故事,也是近年来新国潮和Z世代消费兴起、我国文创产品开发和营销迅速走向成熟的又一典型案例。

“冰墩墩”出圈表明,北京冬奥文创产品深度绑定和代表的是冰雪运动所彰显的青春活力,也是更高层次开

放带来的审美自信。这实际上凸显了新时代的主流市场取向,并表现出文创产品的当代特征。

从需求侧看,北京冬奥文化承载和诠释的不仅局限于符号化的表达,而是更多关注人们的情感寄托和交流需求。比如,“冰墩墩”“抖雪”,串联起IP人格化联想锁定、故事创意讲述、产品美学定位和科技感植入等方面。在此基础上,还要精细化评估人们的感受和体验,在市场创造、市场发现、品牌塑造、信息分发、触及渠道和关系维护上持续迭代。

从供给侧看,“一墩难求”展现出文创商品开发的新进展。成功的文创产品,必然要求产出模式有创

新,能够有效地强化特色资源优势,以创意设计呈现文化内涵,整合创意设计、品牌授权、生产制造等各类社会力量,从而有效提升文创产品的开发水平和市场价值。以“冰墩墩”的熊猫+冰壳造型为例,在资源选择上,聚焦人们熟知喜爱的大熊猫,在外观可爱和内心温暖上融为一体。熊猫头部环绕五环颜色的“冰丝带”,酷似身穿科技外衣的航天员,既和冰雪运动相关,又充满了科技感和未来感。

从目前情况看,北京冬奥会的文创产品不仅在比赛期间大卖,在冬奥会以后也能继续获得人们的认同和喜爱,有更强的持续性。这意味着文创产品商业模式的不断进化和超越。北

京冬奥会在全球范围内疫情尚未根本消解的条件下举办的,与以往的文创商品推广环境有较大区别,其国际影响将在赛后时间陆续显现,商业潜力也还有更多释放空间。当然,与之并存的是缺乏经验借鉴,需要承担更大的风险,付出更多的努力。

同时,北京冬奥会IP与产业的结合还需要更多探索,特别是在故事讲述、技术引入和商业化落地等方面。比如,北京冬奥会元宇宙的创造和丰富,就是一个值得探索的方向。可以将冬奥会文创IP塑造强化和冰雪旅游产品开发、冰雪旅游目的地建设和公共服务优化结合起来,为疫后入境旅游恢复发展做好准备。

做好研学旅游 产品设计是关键

□ 郭策

为深入贯彻落实《关于进一步减轻义务教育阶段学生作业负担和校外培训负担的意见》(以下简称“双减”政策),教育部在寒假前召开的视频会议要求,各地在寒假期间要严格日常巡查,严防义务教育阶段线下学科类培训机构违规开班,严厉打击以“家政服务”“众筹私教”“研学”等名义进行变相违规培训。

今年寒假,“双减”政策效应释放,疫情持续影响,研学旅游市场机遇、挑战并存,如何做好研学产品成为当

下各企业、机构关注的焦点。

以往,寒暑假一直是各类培训机构的市场高峰期,而2021年“双减”政策出台,严禁占用节假日、休息日和寒暑假进行学科类培训。随之而来的是,寒暑假研学旅游市场的增长,2021年暑假研学旅游相关数据已经印证了“双减”政策对旅游业的利好效应。寒假期间,随着疫情防控形势的变化,研学旅游市场也相对火热。

尽管研学旅游市场已经得到了快速发展,但整体来看当前仍处于早期阶段,还存在良莠不齐、产品精细化程度低等问题。值得关注的是,业界正

在努力解决这些问题,如研学导师培训及输出已经成为一些企业正在尝试的一项业务,跨行业共享员工以解决研学旅游旺季人力资源不足。

中国旅游研究院发布的《中国研学旅行发展报告2021》指出,研学旅行的理念构想、项目运营、产品设计、课程研发、营销推广、基(营)地运营管理等多个环节需要继续提升。笔者认为,研学旅游产品的设计是十分重要的一环,这是产品质量的体现。优秀的研学旅游产品设计可以给学生带来正面影响。

安全性一直是家长、学校和研学

旅行服务商共同关注的焦点,也是各方需要共同解决的重要问题。对于寒假研学旅游来说,由于气候等因素影响,安全保障工作更加复杂,从常规的保暖措施,到突发的冰、雪、雨、雾、大风等恶劣天气应对,都需要纳入产品设计的考虑范畴。这就需要各方共同努力,以系统的安全保障理念为指导,制定周密的安全保障制度与实施体系,为研学旅游撑起坚固的安全防线。

研学旅游市场大有可为,只有切实满足大众需求,消除大众顾虑才能把研学旅游市场潜力真正激发出来,进而赢得学生家长及社会各界的认可。

学习贯彻六中全会精神

把握高质量发展战略定位 建设文化强省和旅游强省

要深入学习贯彻习近平总书记在全会上的重要讲话精神,从党的百年奋斗历程中汲取智慧和力量,深化“以文促旅、以旅彰文”的发展思路,努力推动文化和旅游工作再上新台阶,以优异成绩迎接党的二十大胜利召开

□ 陈哲

党的十九届六中全会是在中国共产党成立一百年的重要历史时刻、在“两个一百年”奋斗目标历史交汇的关键节点召开的一次重要会议,时机特殊、议题重大、成果丰硕、影响深远。

黑龙江省文化和旅游厅迅速掀起全会精神学习宣传贯彻热潮,深入学习贯彻习近平总书记在全会上的重要讲话精神,从党的百年奋斗历程中汲取智慧和力量,牢固树立建设文化强省和旅游强省的总目标,牢牢把握推动高质量发展的战略定位,深化“以文促旅、以旅彰文”的发展思路,重点实施“六项工程”,努力推动文化和旅游工作再上新台阶,以优异成绩迎接党的二十大胜利召开。

一是深入实施文旅惠民工程,推动公共服务水平不断提升。《决议》要求,必须坚持以人民为中心的工作导向,举旗帜、聚民心、育新人、兴文化、展形象。黑龙江省文化和旅游厅将坚持“以服务群众基层群众为中心”的工作导向,健全群众文化需求跟踪反馈机制,开展菜单式、订单式服务,努力实现文化服务“适销对路”;围绕推进公共文化数字化建设,探索升级全省“文旅云”系统,提高数字文化惠民的丰富性、便利性,形成“常态抓防疫、居家享文化”的服务新业态,打造互联网群众文化新高地;围绕文旅公共服务深度融合,建立全省“一城四线”旅游线路协同公共文化服务的网格化体系,打造图书馆、文化馆、基层综合性文化服务中心全链条服务功能,巩固“公共文化进景区”效应,培育一批景区文化服务项目;围绕提升群众的文化获得感,开展好第五届全省农民文化艺术节、全省广场舞展演、基层文化工作者文艺汇演暨第二届“文化志愿者之夜”、“冰天雪地、美好生活”等系列群众文化活动。

二是深入实施艺术精品创作工程,打造展现“龙江气派”的优秀作品。《决议》强调,党坚持把社会效益放在首位、社会效益和经济效益相统一,推进文化事业和文化产业全面发展,繁荣文艺创作,完善公共文化服务体系,为人民提供了更多更好的精神食粮。习近平总书记在黑龙江考察时指出“东北抗联精神、北大荒精神、大庆精神、铁人精神激励了几代人”。我们将聚焦制度体系建设,实施《关于促进旅游演艺发展的实施意见》;聚焦“喜迎党的二十大”开展精品创作,重点推出一批优秀题材艺术作品;聚焦“艺旅融合”,实施“艺术扩容行动”,策划“艺术之旅”旅游线路,打造“艺术实景体验区”,推出剧场演出和重点旅游景区演出;聚焦提升文艺社会服务效益,实施冬夏驻场演出、“送欢笑到基层”、“红色文艺轻骑兵”、“戏曲进校园”、“高雅艺术进校园”等系列惠民演出活动;组织参加“第十三届中国艺术节”等系列演出活动。

三是深入实施文化遗产保护利用工程,推动优秀传统文化创造性转化、创新性发展。《决议》指出,中华优秀传统文化是中华民族突出优势,是在世界文化激荡中站稳脚跟的根基,必须结合新的时代条件传承和弘扬好。我们将编制《黑龙江省进一步加强非物质文化遗产保护工作实施意见》《黑龙江省革命文物(东北抗联遗址)集中连片保护展示项目总体规划》《东北抗联遗址遗迹和革命旧址保护利用三年行动计划》,实施一批革命旧址、抗联遗址及馆藏文物抢救性、预防性保护重点项目,推动全上京遗址、饶河小南山遗址、齐齐哈尔洪河遗址等重大项目“考古龙江”项目提档升级;开展博物馆讲解员、博物馆馆长、可移动文物专业技术“三年提升行动”,推动非遗产品需求IP化、群众游客参与活动互动化和展示展演营销产业化,推进黑龙江省文化生态保护区建设,完善省级非遗代表性项目和代表性传承人管理体系,全力叫响龙江非遗特色品牌。

四是深入实施文旅产业发展工程,推动文旅经济提档升级。国家和黑龙江省发布的“十四五”文化和旅游发展规划均提出,文化和旅游既是拉动内需、繁荣市场、扩大就业、激活国内大循环的重要内容,也是打通国内国际双循环的桥梁和纽带,并强调将深度融入国民经济体系,服务国家重大战略,赋能经济社会发展。我们将积极推进全省文旅项目建设,动态充实全省重点文旅产业项目库和重点招商项目库,增强项目建设对文旅产业发展的带动作用;培育产业园区新业态,优化国家示范基地规划布局,重点谋划一批具有规模和影响的园区,争取创建国家级文化产业示范园区和文旅融合发展示范基地;会同大庆市筹备做好第五届全省旅发大会,办好第二届古驿路文化旅游联盟和第四届湿地旅游联盟推进会议;制定实施全省红色旅游发展规划,推动重点景区创建国家5A级旅游景区;深入贯彻落实《进一步激发文化和旅游消费潜力的实施意见》,争创国家文化和旅游消费示范城市、试点城市以及国家级夜间文化和旅游消费集聚区,形成促进文旅消费的经验模式;抢抓北京冬奥会“机遇期”,推动“旅游+体育”等融合业态深入实施,推出冬季旅游精品项目,提升冰雪旅游影响力和市场竞争力。

五是深入实施文旅宣传推广工程,让“北国好风光 尽在黑龙江”品牌蜚声中外。习近平总书记指出“绿水青山就是金山银山”,黑龙江的冰天雪地也是金山银山”。习近平总书记的指示,既为黑龙江树立了“两座金山银山”的金字招牌,也为加快绿色发展、把生态优势转化为产业优势、发展优势指明了方向。我们将围绕“北国好风光 尽在黑龙江”总体品牌,构建城市旅游品牌、旅游产品品牌、旅游节庆品牌、旅游季节品牌、旅游美食品牌、旅游住宿品牌等系列子品牌,形成全省旅游品牌体系;依托黑龙江旅游资源、交通干道和自驾游线路,围绕地理极点、生态地标、民族风情、农业丰收、五花山色、都市风情、红色文化等主题,策划推出春夏秋冬四季旅游产品和线路;以摄影、徒步、雪地穿越、户外探险、艺术鉴赏等主题策划高端定制旅游产品;采取“线上+线下”立体化营销推介模式,开展两栖穿越车路露营地、美食文化旅游节、“探寻古驿路 溯源黑龙江”自驾游、“美丽中国行全国重点媒体龙江采风”、“从黑河到虎林,龙江红色之旅”等系列活动,提升龙江旅游知名度;深化与新华社、省电视台和抖音、腾讯等合作,加大推广营销力度;“高雅艺术进校园”等系列惠民演出活动;组织参加“第十三届中国艺术节”等系列演出活动。

六是深入实施文旅市场培育工程,不断优化文化旅游发展法治环境。习近平总书记指出,东北地区振兴发展,优化发展环境很重要,法治环境最能聚人聚财,最有利于发展。我们将着力健全“以信用为基础的市场监管”和“服务市场主体质量提升”两个体系,实施“市场主体服务质量提升、转型升级、龙头企业培育、多业态融合发展”四项行动,全面提升市场服务水平;健全完善市场监管、信用管理和演出经纪机构信用评价指引等系列制度规定;深化“放管服”改革,提高“互联网+政务”建设水平,推动“办事不求人”常态化,优化文旅领域营商环境;按照“政府主导、属地管理、部门联动、行业自律、各司其职、齐抓共管”的原则,对不合理低价游、强迫或诱导消费等违法违规行为,保持“零容忍”高压态势。深入实施“体检式”暗访评估、“机动式”联合执法等经验做法,进一步完善旅游先行赔付机制,落实属地管理责任,形成齐抓共管的综合监管态势。

(作者为黑龙江省委宣传部副部长,省文化和旅游厅党组书记、厅长)



据新华社报道,北京冬奥会吉祥物“冰墩墩”近来受到极大关注。什么情况下“冰墩墩”可以依法合规地使用,需要履行哪些手续,遵守哪些规则?北京冬奥组委表示,吉祥物“冰墩墩”是北京冬奥组委的重要财产,北京冬奥组委对“冰墩墩”的形象依法享有著作权、注册商标专用权、外观设计专利权,对“冰墩墩”中英文名称还依法享有注册商标专用权。任何人对“冰墩墩”形象或者名称的使用,都应当遵守《中华人民共和国著作权法》《中华人民共和国商标法》《中华人民共和国专利法》等相关法律法规的规定。

视觉中国 供图