

时评

乘北京冬奥“东风” 推进冰雪旅游更好发展

把握后冬奥时代黄金发展期,推进冰雪旅游更好发展,要在用好北京冬奥会遗产上下功夫,在群体转化、功能完善、空间拓展上想办法,强化冰雪旅游产品供给,深挖冰雪旅游发展潜力

特约评论员 银元

举世瞩目的北京2022年冬奥会各项赛事正在火热进行中。赛场上,91个国家和地区的代表团、近3000名运动员,奋勇拼搏,超越自我,诠释着“更快、更高、更强——更团结”的奥运新格言,展示了冰雪运动的无限魅力。赛场外,吉祥物“冰墩墩”实力圈粉,“一墩难求”,带动冬奥商品和冰雪装备销售旺盛,冰雪主题旅游人气高涨。

习近平总书记强调,“办冬奥不是一锤子买卖,不能办过之后就成‘寂静的山林’”。赛时需要和赛后利用相结合,不搞铺张奢华,不搞重复建设”。作为新冠肺炎疫情发生以来首次如期举行的全球综合性体育盛会,北京2022年冬奥会力争为世界奉献一届简约、安全、精彩的奥运盛会,并通过兑现“中国承诺”,让冰天雪地的“冷资源”变成欢天喜地的“热经济”,让滑雪滑冰的“小众运动”变为“三亿人上冰雪”的“大众活动”。在后冬奥时代,如何把握这一黄金发展

期,乘北京冬奥会的“东风”,推进冰雪旅游更好发展,是一个值得关注的课题。

乘北京冬奥“东风”,关键是要在用好北京冬奥会遗产上下功夫。北京在2008年奥运会遗产的基础上叠加创造了新的“双奥遗产”,成为目前世界唯一一座“双奥之城”。从国际经验和历史实践来看,旅游是活化利用奥运遗产的有效方式。做好北京冬奥会资源的旅游活化,是不断拓展冰雪旅游市场基础和产品供给的关键性任务。

一是做好群体转化,积极扩容冰雪旅游市场基础。北京冬奥组委相关负责人表示,本届冬奥会留下的最大的遗产成果就是带动三亿中国人参与冰雪运动。冰雪运动的群众基础日益扎实,有效带动冰雪旅游群众基础的不间断发展和壮大。

据统计,2020—2021雪季,全国冰雪旅游人数2.3亿人次,冰雪旅游收入3900亿元。可以预见,冰雪旅游正在迎来大有可为的战略机遇期。这就需要业态创新、场景创造等,实现轻

度参与和重度体验有机结合,积极引导人民群众将对冰雪运动的激情转化为参与冰雪休闲活动的热情,将群众性冰雪运动转化为群众性冰雪消费,不断拓展冰雪旅游市场基础。

二是做好功能完善,强化冰雪旅游产品供给。根据北京冬奥组委发布的报告,北京冬奥会和冬残奥会遗产涵盖体育、经济、社会、文化、环境、城市和区域发展等7个方面、35个领域。同时,北京冬奥会各主要场馆在设计之初就考虑了场馆与城市、赛后与赛后的结合发展问题,丰富的遗产类型、超前的统筹考虑,为旅游发展提供了创意空间和良好基础。

比如,以国家跳台滑雪中心“雪如意”、首钢滑雪大跳台“雪飞天”等代表性场馆为重点和牵引,做好冬奥资源的旅游元素提炼、旅游功能拓展、旅游氛围营造和旅游产品开发,让冬奥场馆从场地提供者向内容提供者转变和拓展,不断丰富冰雪旅游产品。

三是做好空间拓展,加快完善冰雪旅游市场空间布局。国际奥委会新闻发言人透露,北京冬奥会开幕式中

国大陆地区观看人数约3.16亿人,与平昌冬奥会开幕式的全球观看人数大体相当。可以说北京冬奥会是一次覆盖全国各地、涉及各年龄层、影响各方面的冰雪运动、冰雪旅游大普及、大推广。这就需要积极回应全国各地的冰雪热情,巩固北方“大本营”,拓展南方“新阵地”。

以成都市为例,在冰雪运动“南展西扩东进”战略带动下,成都市建成11个冰场和5个雪场(其中3个为旱雪场),每年有近100万人次走进冰雪场所,这足可见南方地区冰雪消费潜力的不一般。因此,应在已有基础上,实现全国冰雪旅游的合理空间布局,为冰雪旅游更好发展提供坚实空间支撑。

综上,把握后冬奥时代黄金发展期,推进冰雪旅游更好发展,要在用好北京冬奥会遗产上下功夫,在群体转化、功能完善、空间拓展上想办法,下功夫,强化冰雪旅游产品供给,深挖冰雪旅游发展潜力,让全国各地、不同年龄层次的游客都能在赏雪、戏雪、玩雪、滑雪中享受冰雪乐趣。

日益丰富的乡村短视频内容直接促进了地方经济发展。抖音电商相关负责人称,2021年全年共有179.3万款农产品通过抖音电商卖向全国。“抖音好物年货节”期间,广西螺蛳粉、新疆奶酪、河南烩面、湖北热干面和内蒙古葵花籽是最受欢迎的家乡好物。

短视频对乡村振兴的助力,还表现在促进新农人学习提升上。一些达人制作的学习类短视频,为不少农人开启了致富之路。

值得一提的是,短视频的兴起,还为乡村留住了一批年轻人。报告显示,“80后”成为乡村内容创作的主力军,“90后”亦不少见。

短视频助力乡村振兴,还有更大的空间,相关平台也可以有更大的作为。

考虑本地居民休闲生活与外地游客旅游度假需要,为公众提供旅游休闲新空间。

或许有人说,北京、上海、广州、成都、杭州等城市拥有丰富的文化资源,自然可以主打本地客源深度“微旅行”,而其他二三线城市或小城怎么搞“微旅行”?

近年来,一些城市创新推出“青年市集”,支起帐篷、点上油灯、摆放几把躺椅,让年轻人可以看一场夜空下的电影、玩密室逃脱和剧本杀,也可以参加“人生一帐分享会”。年轻人可以在这里安放自我,从而遇见更好的自己。今年春节期间,“厦门人游厦门”活动推出了浪漫夜游项目,特色夜游产品多元场景为市民游客献上新春佳节别样的游玩体验。其实,这样的浪漫夜间“微旅行”,其他城市都可以借鉴。

话题汇 • “十四五”旅游业怎么看、怎么干

完善旅游产品供给体系 开启高质量发展新局面

《“十四五”旅游业发展规划》为解决长期以来制约旅游产品供给高质量发展的热点、难点问题作出战略安排,既有战略高度又有战术力度,必将在实现旅游强国目标、满足人民美好生活需要中发挥积极和重要作用

厉新建

旅游业被列为五大幸福产业之首。充分发挥旅游为民、旅游富民、旅游利民、旅游乐民的积极作用,一个重要前提就是,加快旅游业供给侧结构性改革,加大优质旅游产品供给力度。《“十四五”旅游业发展规划》(以下简称“规划”)对此做出了全面部署。在完善旅游产品供给体系上,《规划》一方面从战略高度上提出,抓好统筹协调,促进优质旅游产品体系丰富和供给创新机制优化;一方面从战术深度上提出,抓好执行落实,推动先进的发展理念和扎实的工作举措紧密结合。战略高度和战术深度的有效衔接,将共同开启“十四五”时期旅游产品高质量发展新局面。

《规划》构建了旅游产品高质量供给的战略框架。“十四五”期间,旅游业高质量发展,要“形成需求牵引供给、供给创造需求的更高水平动态平衡”。一方面,要以创新驱动、高质量供给引领和创造新需求,提升供给体系的韧性,应对经济社会发展中的诸多变化乃至不确定性;另一方面,要适应旅游消费偏好的新变化,满足人民群众高品质、多样化的旅游消费需求,提高旅游产品供给对旅游需求的适配性。在这个高水平动态平衡的旅游供求新局面中,核心问题是多元的产品业态、活跃的市场主体、高效的协同机制。《规划》从丰富优质产品供给、增强市场主体活力以及推进“旅游+”和“+旅游”等三方面构建了旅游产品高质量供给的战略框架,提出系统推进美好生活度假休闲工程,大力发展红色旅游、规范发展乡村旅游、积极推进自驾游旅居车旅居、大力推进冰雪旅游等诸多新举措,谋划了包括世界级旅游景区和度假区、国家文化产业和旅游产业融合发展示范区等在内的新抓手,致力于推动邮轮旅游、低空旅游、内河游轮旅游等旅游新业态,形成与科技、教育、交通、体育等多行业多领域融合发展的新局面。这些内容既是对“十三五”时期旅游业发展的总结,又深度体现了“十四五”时期的新要求新思路。

《规划》体现了旅游产品高质量供给的发展理念。《规划》体现了旅游为民、成果共享,高度重视满足不同群体的个性化需求,着力推出更多定制化产品、开发更多互动性项目。特别强调,要在国家级旅游休闲城市和街区的打造过程中,平衡好本地居民休闲生活与外地游客旅游度假的需要,要在规范乡村旅游发展中建立健全利益联结机制,提升农民的参与度和获得感。

《规划》坚持稳中求进总基调,以推动旅游业高质量发展为主题要求在提质增效、创新发展的同时防范和化解风险,要求持续实施文化和旅游创意产品开发提升工程、旅游商品创意提升行动,有效促进旅游演艺提质升级,有效防范红色旅游过度商业化、娱乐化。在积极推动旅游企业品牌发展、创新发展、特色发展、规范发展的同时,特别重视疫情对旅游企业的冲击和影响,守住疫情防控底线。《规划》明确将坚决贯彻党中央国务院的决策部署,综合协调减税降费及其他各类政策工具,共克时艰,切实为旅游市场主体纾困解难,引导和支持旅游企业探索新模式、研发新产品、匹配新需求。

《规划》突出了旅游产品高质量供给的主体思路。高质量旅游产品供给离不开市场主体的创新发展、融合发展。《规划》突出龙头带动、重点示范、分层竞争、协同共生的思路。一方面,要求做强做优做大骨干旅游企业,培育大型旅游集团和有国际影响力的旅游企业,构建我国旅游业再腾飞的“头雁方阵”;另一方面,支持中小微旅游企业特色发展、创新发展、专业发展,构建“雁群方阵”。具有市场竞争力的大型旅游集团和具有国际影响力的旅游企业是我国参与国际竞争、建设旅游强国的重要支撑,“专精特新”旅

游企业的发展符合当前我国经济工作的方针政策和市场分化、体验分层、业务分工的发展规律。此外,为了激发乡村旅游活力,《规划》还特别强调,要着力扶持一批扎根农村、心系农民的乡村旅游企业。

高质量的旅游产品供给离不开游客群体的深度体验、深度认知。《规划》突出了有保有育、突出主题、涵养文化、共创美好的思路。一方面,在世界级旅游景区和度假区、国家级旅游休闲城市和街区以及乡村旅游集聚区的建设中,突出社会主义核心价值观的培育和弘扬,高度重视中华文化精神的挖掘、地方文化特色的体现,抓细抓实抓好美好生活度假休闲工程。另一方面,在红色资源、传统文化资源的传承和利用方面,通过文化主题化、演艺化、创意化、精品化等方式,推出红色旅游精品线路、乡村旅游精品线路、主题旅游列车、国防军事旅游基地、旅游演艺项目、体育旅游精品线路等,满足人民群众多样化旅游需求和人民群众美好生活新期待。

《规划》提出了旅游产品高质量供给的创新方向。《规划》在延续以往旅游产品高质量发展工作基础上,就事关国家重大战略、人民群众迫切需要的红色旅游、乡村旅游、冰雪旅游以及世界级旅游景区和度假区等方面创新发展进行了详细部署。《规划》提出,以世界遗产地、5A级旅游景区以及国家级旅游度假区、重大度假项目为基础,建设一批富有文化底蕴的世界级旅游景区和度假区。这既是对我国“十四五”发展蓝图的呼应,也是对人民群众更高质量旅游期待和积极响应的体现。在世界级旅游景区和度假区建设中,《规划》突出了独特性、代表性和国际影响力等质量性的评价,并从文化挖掘、模式创新、标准完善、资源统筹、政策支持、要素配置、核心产品、精品项目、夜间消费、整体氛围等方面提出了明确的方向性要求。这意味着,无论是世界级旅游景区还是世界级旅游度假区,都要在资源禀赋基础上,持续加大产品业态、服务品质、管理水平、治理能力乃至智能化发展等方面的创新力度。

对于与乡村振兴密切相关的乡村旅游发展,《规划》提出,完善乡村旅游政策保障体系,统筹推进乡村旅游基础设施建设,鼓励各地因地制宜将乡村旅游纳入县域相关规划,鼓励乡村旅游品牌化、集聚化、精品化发展。统筹考虑了影响乡村旅游发展的用地、消防等问题,着力推动乡村民宿高质量发展,发挥乡村民宿在乡村旅游发展中的重要作用。

《规划》高度重视红色旅游作为坚定理想信念、筑牢初心使命的重要教育作用,对红色旅游的发展要求、目标、路径等都作出了明确部署。《规划》提出促进红色旅游与乡村旅游、生态旅游等业态融合,多渠道提升讲好红色故事的能力,推出“建党百年红色旅游百条精品线路”,推出一批红色旅游融合发展示范区,持续增进革命老区人民福祉。

在继续推进冰雪旅游发展工作上,《规划》突出了两方面变化,一是落实习近平总书记“推进寒地冰雪经济加快发展”的重要指示,强调冰雪旅游要加快与冰雪运动、冰雪装备制造业融合发展。二是提升对滑雪旅游度假地和冰雪旅游基地的等级要求,以满足人们对冰雪旅游产品优质化、综合性的新期待。

《规划》充分考虑了疫情防控、人民需要、行业发展等多种因素,为解决长期以来制约旅游产品供给高质量发展的热点、难点问题作出战略安排,为有效推动旅游产品创新发展、旅游体验优化、旅游效益提升指明了方向,既有战略高度又有战术力度,必将在实现旅游强国目标、满足人民美好生活需要中发挥积极和重要作用。

(作者为北京第二外国语学院首都文化和旅游发展研究院执行院长)

来论

用好短视频 带火乡村游

关育兵

近日,抖音发布的《乡村数据报告》显示,过去一年,抖音平台上,乡村相关视频增加3438万条,获赞超35亿次;全国网友累计打卡122万个村庄。

从报告来看,短视频助力乡村振兴主要表现在推动乡村旅游成为新潮流上。建设社会主义新农村是我国现代化进程中的重大历史任务,事关社会主义现代化建设大局。发展乡村旅游是参与新农村建设的积极实践,是以城带乡的重要途径,是推动旅游业成为国民经济重要产业的重要力量,

是乡村振兴的可靠支撑之一。

根据报告,过去一年,78万人次发布了“乡村游”主题视频,视频累计播放63亿次,一批村庄因为短视频受到了关注。如,在抖音平台上,新疆布尔津禾木村的话题浏览量超过2.8亿次。通过短视频走红后,当地发展餐饮、住宿、马拉爬犁等产业,吸引越来越多网友来禾木旅游。来自四川甘孜下则通村少年丁真因短视频在网络上走红,下则通村也成为理塘热门的打卡地。北碚村所在的漠河,因为一曲《漠河舞厅》走红抖音,受到更多游客追捧。

围绕乡村旅游,抖音推出了一系列与乡村有关的话题。根据报告,“我的乡村生活”“乡村味道”“乡村守护人”等都是热门话题。仅“我的乡村生活”话题就有1043亿次播放量。通过短视频,乡村生活和乡村美食题材受到网友普遍关注。刚过去的春节假期,65万人次在抖音平台记录返乡过年的生活,近3万个家庭分享了村里的“团圆饭”。杀年猪、赶大集、包粽子、打糍粑、炸年货等各种民俗和年味儿出现在抖音网友的视频中,无形中为乡村旅游业添了一把柴,让越来越多的用户对乡村生活、乡村美食充满了向往和憧憬,为乡村旅游发展做了厚实的铺垫。

列与乡村有关的话题。根据报告,“我的乡村生活”“乡村味道”“乡村守护人”等都是热门话题。仅“我的乡村生活”话题就有1043亿次播放量。通过短视频,乡村生活和乡村美食题材受到网友普遍关注。刚过去的春节假期,65万人次在抖音平台记录返乡过年的生活,近3万个家庭分享了村里的“团圆饭”。杀年猪、赶大集、包粽子、打糍粑、炸年货等各种民俗和年味儿出现在抖音网友的视频中,无形中为乡村旅游业添了一把柴,让越来越多的用户对乡村生活、乡村美食充满了向往和憧憬,为乡村旅游发展做了厚实的铺垫。

短视频对乡村振兴的助力,还表现在促进新农人学习提升上。一些达人制作的学习类短视频,为不少农人开启了致富之路。

或许有人说,北京、上海、广州、成都、杭州等城市拥有丰富的文化资源,自然可以主打本地客源深度“微旅行”,而其他二三线城市或小城怎么搞“微旅行”?

近年来,一些城市创新推出“青年市集”,支起帐篷、点上油灯、摆放几把躺椅,让年轻人可以看一场夜空下的电影、玩密室逃脱和剧本杀,也可以参加“人生一帐分享会”。年轻人可以在这里安放自我,从而遇见更好的自己。今年春节期间,“厦门人游厦门”活动推出了浪漫夜游项目,特色夜游产品多元场景为市民游客献上新春佳节别样的游玩体验。其实,这样的浪漫夜间“微旅行”,其他城市都可以借鉴。

《“十四五”旅游业发展规划》提出,坚持以文塑旅、以旅彰文,以文化引领旅游发展、用旅游促进文化繁荣,积极推进文化和旅游业态融合、产品融合、市场融合,促进优势互补,形成发展合力。这就要求各地顺应趋势,满足城市休闲新需求,充分考

“微旅行”也能做出大文章

丁慎毅

近日,上海市长宁区推出一条用音乐主题串起的“建筑可阅读”双层巴士“微旅行”线路,市民、艺术家、网红达人等一起乘坐春秋旅游的双层巴士,跟着专业导游感受音乐快闪的乐趣,深度了解建筑历史,聆听名人故事,且歌且行,感受长宁区的音乐特色和人文。

疫情发生以来,近距离旅游受到限制,以距离近、时间短、慢体验、轻松游为特点的“微旅行”成为不少人休闲度假的新选择。另一方面,随着年轻人对社交需求的增加,年轻游客不再执着于空间距离上的“远方”,而是选择在城市及周边发现新潮玩法、

进行深度体验。可以说,供给端和需求端两侧都为“微旅行”发展创造了条件。

如果说微旅行兴起时还是单一主题的“泛旅游”,现在的“微旅行”则是多主题的“深旅游”。像上海市长宁区推出的“建筑可阅读”双层巴士“微旅行”,游客看到的并非仅仅是建筑主体,还有与建筑相关的书店、非遗项目、建筑周边的乐队演奏,甚至中外漫画家、摄影家等也加入到“微旅行”的线路之中。

不仅在上海,“微旅行”在其他城市也同样受到市民游客欢迎。今年春节期间,北京等大城市周边的民宿“一房难求”,一些冰雪度假区周边的餐饮住宿火爆。可见,需求增长的意

愿、下沉的消费市场将是旅游复苏的信心所系和高质量发展的动能所在。

“微旅行”也能做出大文章,关键是如何在盘活资源上谋篇布局,在文化内涵上深刻立意,在社交方式上不断创新,在多样化场景上善于“修葺”,在深度体验上善于“点睛”。只有这样,才能让这篇大文章主题丰富、文采飞扬、跌宕起伏,让人“掩卷三思”。

《“十四五”旅游业发展规划》提出,坚持以文塑旅、以旅彰文,以文化引领旅游发展、用旅游促进文化繁荣,积极推进文化和旅游业态融合、产品融合、市场融合,促进优势互补,形成发展合力。这就要求各地顺应趋势,满足城市休闲新需求,充分考



据新华社客户端报道,近日,有群众向国家移民管理局查询求证,“网上流传北京等地恢复了出国旅游等因私护照办理和换发,是否属实?现在以普通探亲、旅游等事由出境,可以换发护照吗?”

对此,国家移民管理局日前发出郑重提醒,相关网上信息为不实消息。当前,境外疫情形势依然严峻,跨境旅行等存在较大安全风险。国家移民管理局倡导非紧急非必要不出境。但对赴境外留学、就业、商务等确有出境需求的人员,经审核属实后,移民管理机构均正常签发护照等出入境证件。

人民视觉 供图