

观察

加大财税金融政策支持 为旅游市场注入新动能

落实促进旅游业恢复发展的政策,就是在常态化疫情防控背景下,不断加强对旅游业的政策支持,为旅游业可持续发展提供更多新动能。加大财税金融等政策支持力度,让纾困扶持措施更加精准化、精细化,更好地发挥市场的作用,推动旅游企业多元化经营,增加市场抗风险能力

□ 胡抚生

《关于2021年国民经济和社会发展计划执行情况与2022年国民经济和社会发展计划草案的报告》明确提出,“对旅游等服务行业实施财税金融等纾困扶持措施”。此前,国家发展改革委、财政部、文化和旅游部等14部门联合出台了《关于促进服务业领域困难行业恢复发展的若干政策》,一系列利好政策的推出,为旅游业恢复发展提供了更有力的政策支持,进一步提振了旅游市场恢复发展的信心,持续增强了旅游业发展的新动能。

国家各部门在推动相关政策落实的同时,各地积极行动起来,结合自身区域特点,加快制定出台地方旅游业恢复发展的落实方案。四川、吉林、云南、重庆、甘肃、山东、贵州、浙江等省份先后出台实施方案或行动方案,推动旅游业恢复发展的政策落实落地。从各地已出台的政策落实方案来看,财政金融政策是支持重点,主要呈现出以下几个方面的特点:

一是既有落实国家相关政策的内

容,也有体现本区域特点的创新举措。贯彻落实国家14部门对旅游业恢复发展政策是基本的要求,各地在落实响应相关政策的同时,还提出了一些创新性政策举措。如江苏省提出“下调2022年度省级旅游产业发展基金利率1个百分点”,云南省提出“鼓励有条件的金融机构设立文旅特色支行并发挥积极作用”,重庆市提出“对国家全域旅游示范区、国家级旅游度假区、国家文化和旅游消费示范城市、国家级文化产业示范园区、市级文化产业示范园等所在地的中小微企业和村镇经营户,加大小额信用贷款发放力度”。地方政府积极落实并创新财政金融政策有利于更好地满足旅游市场主体的纾困需求。

二是既要做“加法”,也要做“减法”。各地出台的政策落实措施,既提出要增加对旅游业发展的投入支持,增加金融对旅游业的资金供给支持,做好财政金融资金的增量,同时又明确要实施更大力度的减税降费,落实阶段性税费减免政策,降低企业融资成本,缓解旅游企业的资金压力,减少企业的经营成本。通过

“加法”“减法”的组合运用,更好地支持地方旅游企业纾困,进一步激发旅游市场活力。

三是既要增加有效需求,又要扩大市场流量。各地出台的政策落实措施,既要降低政府采购的门槛,鼓励住宿、会议、餐饮相关企业参与政府采购,改善市场需求,同时又提出对市场宣传推广、节庆活动、客源开拓等方面给予资金奖励支持,对优质旅游供给给予金融支持,鼓励“本地人游本地”,鼓励开拓跨区域客源市场,扩大客源市场基础,增加旅游市场流量,进一步提升旅游业发展质量。

四是既有纾困解难,又有提质增效。各地出台的推动政策落实措施,既有在短期内通过加大资金支持力度,缓解旅游企业的生存压力,帮助旅游企业渡过发展难关,如地方将继续实施旅行社暂退旅游服务质量保证金扶持政策作为2022年的重要工作来推进。同时又有从中长期发展着手,通过财政金融综合手段,助力旅游市场主体转型升级,寻找新的发展机遇,增强市场竞争力,实现质量效益的提升。

五是既有普惠性的支持,又有重点支持。各地出台的政策落实措施,既有对受疫情影响生产经营困难的旅游企业实行普惠性的财政金融政策和信贷融资支持,又有对预期发展良好的旅游企业恢复发展的重点支持政策。通过分类的财政金融政策支持,可以更好地满足不同旅游市场主体发展需要。

旅游业恢复发展,不仅要着眼于当前,更要着眼于未来。落实促进旅游业恢复发展的政策,就是在常态化疫情防控背景下,不断加强对旅游业的政策支持,为旅游业可持续发展提供更多新动能。加大财政金融等政策支持力度,让纾困扶持措施更加精准化、精细化,更好地发挥市场的作用,推动旅游企业多元化经营,增加市场抗风险能力。通过财政金融支持手段,培育优质的旅游市场主体,加强旅游人才的职业技能培训,提高旅游人才综合素质,大力促进国内旅游新市场的开拓,不断培育新的市场增长点。

作者单位:中国旅游研究院(文化和旅游部数据中心)

话题汇·智慧旅游大家谈

推动实施“多码合一” 实现景区智慧化防疫

景区疫情防控需要有向前更进一步的新举措,使限与放实现智慧化平衡。常态化疫情防控下,景区和旅游目的地需要通过智慧化防疫强化运营能力

□ 赵立松 于洋

常态化疫情防控下,旅游业应实现疫情防控政策的统一化和精准化,形成“全局宽松+局部严格”的常态。笔者认为,推动景区实现“多码合一”是当前旅游行业智慧化防疫工作的一大重点。

为保障游客的出行安全,地方政府纷纷出台防疫政策。因疫情防控需要,游客进入景区要查验健康码和行程卡,导致入园步骤进一步增多,需要更多工作人员进行现场引导,也带来运营压力的进一步加大。

智慧化防疫可以让疫情防控实现前置化、便利化、精准化。因此,景区疫情防控需要有向前更进一步的新举措,使限与放实现智慧化平衡。常态化疫情防控下,景区和旅游目的地需要通过智慧化防疫强化运营能力。

首先是最低部的基础能力,无接触服务、预约购票和客流管控。疫情防控期间,景区红外测温、扫码预约、限制客流已经成为常规动作,这些动作直接降低了客流聚集和有效减少接触传播。其次,目前查验健康码、行程卡、扫码预约方面,还是多套流程多套物料二维码互相独立,这既加大了用户操作难度,又加大了景区运营压力,这就需要中间层能力建设:在确保用户数据安全前提下,快速自动核验健康状态,实现游客预约扫码模式。再次,通过加密算法、权限管理、数据库隔离等手段保证用户隐私数据安全,逐步达到高效运营,同时与政府健康数据互通,逐步实现疫情防疫精准化。

基于这套能力模型,具体该如何建设?首先,客流管控前置化。主要是通过线上分时预约购票,分时段控制库存,展示景区实时客流密度及防疫信息给用户。比如景区门口游客集中,容易造成拥堵,景区应在平台上提醒用户进行错峰入园、错峰预约。同时,景区应在平台上展示防疫相关信息,包括景区社会化服务人员、内部工作人员的温度信息、核酸检测信息、疫苗接种信息,以及景区所在地防疫政策实时动态。这样,景区就实现了限流与预约管理,同时方便游客实时了解景区客流情况,最终实现客流管控的目的。

其次,健康核验便利化。健康核验环节主要包含自动核验健康码和自助查询健康状态。针对已经开放健康码数据的省份,可以实现自动核验健康码,核心逻辑是用户下单、出行中以及入园等环节进行全流程健康状态自动核验,实现“一次入园”。

最后,数据互通精准化。常态化疫情防控既要满足“限量、预约、错峰”等精准防疫要求,又要增加客流保证收益,这成为景区面临的主要挑战。“多码合一”在助力防疫、提高景区运营效率及游客便利度等方面,将发挥重要作用。而“多码合一”实现的前提是各地有关部门开放健康数据,目前开放健康数据的省份不多,疫情防控仍依赖于传统防疫手段,加大了文化和旅游行业监管压力和景区运营压力,同时也造成了游客出游的诸多不便。

立足便民利民,多方携手实现数据互联互通、资源共享,破除信息孤岛,才能有效提升管理决策科学化、精细化、智能化水平。为游客提供便利、优质的服务体验,不仅为助推旅游业高质量发展奠定坚实基础,也将最终实现管理部门、景区、游客多方共赢。

(作者分别为美团门票高级战略顾问、美团智慧旅游产品负责人)

风景道建设方兴未艾 完善标准势在必行

旅游风景道是自驾游时代和全域旅游时代发展的必然,为满足消费升级和个性化出行提供了重要保障和依托

□ 关育兵

据报道,安徽省文化和旅游厅、交通运输厅、林业局日前联合印发通知,在安徽省全省范围组织开展旅游风景道认定工作,并制定《安徽省旅游风景道认定基础条件》。该项工作在全国尚属首次,旨在推进乡村振兴和生态文明建设,推动文旅、交通、林业融合发展,引导旅游风景道健康有序高质量发展。

近年来,随着“旅游+”“交通+”“生态+”等大发展,促进道路建设与生态环境、文化遗产、旅游游憩、产业扶贫等深度融合成为趋势。旅游公

路、生态公路、景观道路、遗产廊道、绿道等,因其所具有的交通、景观、游憩、生态、保护等复合功能,所遵循的生态、保护、融合及可持续发展等原则,而受到越来越多地方政府的重视,发展势头日趋强劲。

旅游风景道建设意义重大,是推进乡村振兴和生态文明建设的重要抓手,对沿线资源整合、运营、管理、推广具有重要的促进作用,可谓兴民之“产业道”、灿烂多彩的“文化道”、山清水秀的“生态道”。它可以串珠成线,把沿线的景区、村庄、农田、山脉、河谷等串联起来,让游客在欣赏路边风景之外获得多样化体验,

还可以形成点线面相结合、适应多样化需求的生态旅游发展格局,推动全域旅游深入发展。

近年来,自驾出游成为越来越多国人周边度假的首选出行方式,游客更加注重出行的便捷和舒适性,旅游风景道正在发展成为一种新型旅游功能,成为深受自驾游游客喜爱的线型旅游目的地。可以说,旅游风景道是自驾游时代和全域旅游时代发展的必然,为满足消费升级和个性化出行提供了重要保障和依托。

2016年发布的《全国生态旅游发展规划》,明确提出打造25条国家生态旅游风景道。各地对风景道发展空前重

视,各类风景道建设在全国各地全面开花。浙江进行“美丽公路”建设,湖北及安徽提出建设大别山国家级跨省风景道,海南正在建设环岛滨海旅游公路。

目前,对于旅游风景道的认定及基础条件还缺乏一定的标准。此次安徽省明确,从必备条件、资源品质、旅游交通、道路主体、服务设施、安全及信息化、生态环境、运营管理等8个方面对旅游风景道进行认定,提出旅游风景道应具备“看得清”“进得物”“停得下”“玩得好”“留得住”等5项必备条件,这对于旅游风景道的发展具有一定的示范和推动作用。

声音

“让历史文化遗产在新时代焕发新生、绽放光彩,同样是‘守护’一词的题中应有之义”

——《人民日报》近日发表题为《守护好前人留给我们的宝贵财富》的评论指出,历史文化遗产是不可再生、不可替代的宝贵资源,要始终把保护放在第一位。这是规划建设各环节皆应遵循的原则。在做好保护的前提下,还应做好历史文化遗产价值的挖掘和传播,更好服务公众。一些历史

建筑包括工业遗产重新融入现代生产生活,一些重要的农业文化遗产、灌溉工程遗产,成为促进生态农业、乡村旅游的亮点。保护是为了延长物质寿命,合理利用则赋予其活态生命。

“奥运场馆为全民冰雪运动提供了保障”

——针对用好活用冬奥场馆,《经济日报》日前发表评论指出,奥运场馆为全民冰雪运动提供了保障。我国实现了3亿人参与冰雪运动的目

标,面对日益旺盛的冰雪活动需求,冬奥会留下的一批宝贵场馆遗产无疑是最好的选择。要拓宽视野、创新方式方法,不断挖掘奥运场馆社会价值,使之融入城市发展,惠及大众、泽被长远。

“考古资源和相关历史文化资源是人民群众创造的,应当回归大众,成为公共资源”

——随着我国考古事业越来越受到关注,公众考古方兴未艾,如何让

考古事业与人民生活、社会发展相互滋养彼此成就,成为越来越重要的课题。对此,《南方日报》发表评论指出,推进公众考古事业有益于开发文化产品、发展文旅行业,进而带动经济社会发展。中华大地上有数不尽的文化遗产和浩如烟海的典籍文章,保护它们,研究它们,讲好真实的历史故事来吸引消费,不是比修建各种牵强附会的雕像楼宇来得更有效、更合理?

(本版编辑 龚立仁 整理)

清明小长假将至 各地加强出行管理

清明小长假将至,民众最关心的就是出行问题。受疫情影响,多地调整出行防疫政策,其中,“48小时核酸”已成为标配。北京市要求在京人员近期非必要不出京,加强进出京旅游管理。市民群众最大限度减少出京旅游活动,京内景点严格控制预约人数。暂停跨省团队旅游,在途团队加强防疫管理。山东青岛发布通告称,为避免清明节期间因人员聚集祭扫引发疫情传播风险,保护广大市民身体健康和生命安全,2022年清明节期间暂停现场祭扫活动。 人民视觉 供图



托娃需求增加 酒店推“托娃套餐”是双赢之举

□ 谢晓刚

据报道,近日,南京多家酒店推出“托娃套餐”,深受市场欢迎,一家酒店推出后已经有十几位小朋友入住。此前一些酒店推出的“托教套餐”中,因有违反“双减”政策内容被叫停。

尽管酒店“托教套餐”被叫停,但引发的热议却一直持续,“利用闲置资源当托娃好帮手”“还需找准‘闲子’别玩噱头”……众网友对此纷纷提出看法,不少观点和建议较为客观、理性。

可见,对于酒店“托教套餐”这种新生事物,社会公众还是报以宽容、观望的态度,而背后更多折射出酒店业在疫情防控常态化下努力寻找新出路上积极探索,以及众多中小酒店停课后,“求带娃”需求日趋旺盛。正如南京一家酒店负责人所说,推出“托娃套餐”的初衷,首先是体现企业的责任担当,希望帮助双职工家庭解决看孩子问题,其次是希望增加公司员工的凝聚力,让员工动起来。

从这个角度来看,酒店业推出“托娃套餐”之所以能受到不错的市场反响,正是因为其解决了家长上班后孩

子用餐、独自在家学习无人照看这两大痛点,而酒店则可通过产品创新,盘活自身资源,渡过难关。有需求,就会有市场,可以预测,后疫情时代,市场正在逐步复苏,在瞬息万变的市场环境中,酒店会找到更多自救的出路。但凡事都有两面性,“托教带娃”被叫停,酒店业也应当反思,毕竟托教、托管对人力、区位、资质等都有一定要求,更不能违国家“双减”政策有关要求。此前,广东省中山市出台的《未成年人服务托管条例(草案)》,要求开展未成年人托管服务需要取得行政许可,许可条件包括场地设置、建筑面积、人员配比、建筑安全等。

而政府监管部门在对酒店创新服务项目加强监管的同时,也应当看到它的产生与民生需求关系密切,这背后既是酒店业应对疫情影响,努力破局的可贵探索,更是疫情下一些学校按下“暂停键”后,众家长对网课托管需求不断增长的结果。

“民有所呼,我有所应”才是应对民生需求的有效举措。疫情防控常态化条件下,政府相关部门要加强政策扶持和市场监管,助力酒店业依法依规创新、自救,同时满足市场需求。