

探索旅游业高质量发展的主要路径

□ 曾宜富

实现旅游业高质量发展,关键要画好路线图,选准主路径。这就要从旅游业整体运行规律和各相关要素作用来通盘思考,从而探索出切实可行的主要路径。笔者根据自己多年来从事旅游工作的经验提出如下思考。

一、以“三维融通”拓展旅游资源利用空间

所谓三维融通,就是从自然、人文、社会三大维度认识旅游资源的丰富性、广泛性、无限性,寻求其关联性、交织度、融合度,以融通拓展旅游资源的全面开发利用,为旅游高质量发展开拓开更为广阔的空间。

自然具有最靓丽的景象。大自然创造了无尽的景物、景观和景象,只是有待人们不断地去发现和开发。我们要敬重大自然的创造,珍惜大自然的恩赐,遵循大自然的规律,巧利大自然的奥妙,享赏大自然的靓丽。

人文蕴含最深厚的景观。文化魅力是现代旅游者所追求的重要内容,也是旅游地取之不尽、用之不竭的资源本底。只要深入挖掘和提炼,就可以开发出丰富多彩、广受欢迎的旅游精特产品。

社会拥有最鲜活的场境。人类社会是一个最广阔、最生动的大舞台,人们走向社会、认识社会、融入社会,必能从中看到花园中所看不到的异风特景,增长书斋里所学不到的鲜活知识。只要有意开发利用,此类资源永不枯竭。

二、以“三天贯通”深塑旅游产品文化底蕴

所谓三天贯通,就是使昨天悠久灿烂历史、今天快乐和谐民生、明天美好幸福愿景,一脉相承、不断推进;光大历史灿烂文化,优化当今生活场境,营造未来美好景象;塑造一种具有中国文化底蕴、中国风格气派、中国理想追求的文化和旅游极品、绝品、特品和生活方式。

文化是旅游的灵魂依托和核心内涵;旅游是文化的展现载体和最佳传播。过去有些旅游产品品质不高的深层缺憾,基本都是优秀人文含量太低;而文化产品的最大不幸,当然归属远离大众消费群体。文化和旅游融合,正是文化释放欣遇蓝海,旅游提升幸得统领。在旅游产品提质升级过程中,应注重以文塑旅,突出独特鲜明的文化主题,强化三天贯通的文化主线,将精粹经典的文化元素巧妙地贯穿于旅游产品载体的各要素、各环节、各时段;应以现代理念激活历史文化,以现代科技复活古典文化,以现代语言讲话深奥文化,以现

代综艺演活优秀传统文化,以现代实践创造先进艺术文化;努力实现景物所在皆为文贵,景观所至概有文缀,景情所感尽是文缘,情境所极最在文魅;使旅游产品包含着文化内蕴,散发着文化气息,展现出文旅精彩。

三、以“三地统建”夯实旅游资源运行要素基础

所谓三地统建,就是统筹建设好旅游目的地、旅游集散地和旅游客源地。我国已有一些旅游发达城市率先集旅游目的地、集散地、客源地于一体,成为我国旅游业的引领者。三地统建对实现旅游业高质量发展至关重要。

在旅游目的地建设上,应加快建设富有深厚文化底蕴的高等级旅游景区和旅游度假区、具有鲜明文化特色的高品位旅游休闲城市和街区、拥有浓郁文化氛围的红色旅游经典景区、乡村风情旅游区等;并着力构建国家公园体系,包括设立自然型国家公园、人文型国家公园、综合型国家公园,从而形成美丽风景观光、浓雅风情休闲、生态养生度假的旅游目的地体系;尤其是要注重打造大型复合型文化旅游区,夯实旅游基本要素和延展要素。

在旅游集散地建设上,应加强具有区域中心意义的一级旅游集散地、具有区域门户意义的二级旅游集散地和直联旅游景区的三级旅游集散地的体系建设,并注重借助跨区域中心城市构建密集、畅通、高效的旅游集散网络。要加强各级旅游集散地的旅游基础设施和旅游公共服务设施、旅游经营服务设施建设,尤其是要加快以交通枢纽为依托的旅游集散中心建设,搞好综合配套,提升旅游信息化、智慧化水平,强化中心城市、门户城市和景区直联城镇的旅游集散服务功能。

在旅游客源地建设上,应科学布局目标市场,注重培育主要客源地,并细分市场层次,采取高效举措,努力实行:公司开到客源地,网点密布客源地,宣传覆盖客源地,网络广链客源地,节事震撼客源地,情脉牵动客源地,品牌深入客源地,产品热卖客源地,服务满意客源地,口碑享誉客源地。从而不断增强在客源地的好感和吸引力,持续扩大在旅游市场上的份额。

四、以“三聚叠能”促进旅游发展昌盛繁荣

所谓三聚叠能,就是使旅游目的地常住人口和旅居人口集聚乐活,各类旅游经营商户集聚兴盛,各种旅游供给业态集聚繁荣。三聚交叉叠加互动,相辅相促相成,将能形成强劲

的旅游产业发展动能。

旅游目的地往往是常住人口有限,消费总量不大,大力引入各方游客和旅居人口,才是推动旅游产业发展,拉动旅游消费增长的关键。首先是积极组织当地近客。要让当地人爱当地,鼓励当地人游当地,为旅游目的地地集聚近客。这个当地的半径越大集聚的近客就越多,旅游氛围的基础就越厚。第二是大力招徕外地远客。长年要保持充足的流量,成为游客构成的主体。这个外地的半径越长,客源的覆盖面就越广,市场开拓的空间就越大。第三是精心引入旅居长客。随着生活水平提高,有些人已不再满足于不断周游天下、感受异样生活,而要寻求适合休闲度假乃至适宜自身及家人学习、成长、生活及颐养的旅居生活。此类人群扩大,能给旅居地带来稳定的消费和异地的文化。

旅游经营商户多寡是衡量旅游目的地旅游业发展水平高低的重要标志。推进旅游业高质量发展,就要使旅游经营主体多起来、大起来、强起来,让旅游商户门店旺起来、密起来、亮起来。为此,必须施行科学可行的规划引导、积极有效的鼓励政策,营造宽松有序的营商环境,将更多的客商引进来,让他们稳定住、运营好,并形成集聚化发展,产生集聚性效应,从而兴旺一片、繁荣一方。

旅游业态是旅游供给侧的主要内容,是满足游客多重需求的关键要素,是延长游客逗留时间的基本依据,是扩大旅游接续消费的重要前提。没有旅游业态就难以让游客放缓脚步,就没有旅游接续消费,就没有旅游综合经济效益,也就没有游客高评满意度。以前有些旅游景区综合经济效益不高,主要是因为基本依赖门票收入,缺乏旅游业态,让游客成为匆匆过客。推动旅游业高质量发展,就必须做好旅游目的地旅游业态这篇大文章。要根据游客消费需求和旅游活动规律,合理配置各类旅游业态,丰富品种,提升档次,延长服务时间,引导消费潮流,让游客随要随伙、乐意选择、称心消费。

五、以“三线联动”构建旅游产业完整链条

所谓三线联动,就是使以直接向旅游者提供行游食宿购娱等消费服务项目的一线窗口供给,以向一线供给提供物资流、资金流、信息流、人才流等服务项目的二线流通供给,以向旅游一线供给和二线供给提供设施设备、原材料、食品、用品、纪念品以及人才培养等各类项目的三线生产供给,全面紧密关联互动,构建完整的旅游产业链条。这是提升旅游产业素质、发挥旅游产业关联带动功

业发展水平。

(二)加强特色挖掘,打造藜麦旅游IP。放眼山西全省,静乐的山水型景区难以与五台山景区、壶口瀑布等知名旅游景区处于同一竞争层次,无法成为旅游IP。经过反复调查和研究,结合山西省东湖醋园、汾酒文化景区等旅游IP成功案例,笔者认为,可以尝试将静乐藜麦打造成旅游IP。藜麦是唯一一种单体植物即可满足人体基本营养需求的食物,被美国宇航局用于宇航员的太空食品,在追求康养的当代消费理念下,市场前景十分广阔。静乐县是“中国藜麦之乡”,全县藜麦种植面积达到4.4万亩。2021年静乐县打造了藜麦产业园区,可依托藜麦产业园打造现代体验型旅游景点,依托藜麦品牌发展农业旅游和工业旅游,在园区内规划建设集藜麦农耕文化体验、藜麦加工研学、藜麦基因库和在线直播、藜麦景色观赏、藜麦农特产品交易于一体的藜麦旅游线路。再通过举办藜麦文化节、打造藜麦田巨型画、开发藜麦文创产品等举措,逐步将静乐藜麦打造成旅游IP。

(三)加强宣传推介,树立旅游品牌。拿开餐馆做比喻,丰富旅游产品就是提供一个品种齐全的菜单,打造藜麦旅游IP就是推出餐馆的招牌菜,好菜也怕巷子深,静乐旅游在有了“好菜单”“招牌菜”的基础上,如何加强宣传营销也是提档升级的一个重要课题。静乐旅游在开展传统媒体宣传之外,还要用好抖音、微信、快手等新媒体宣传途径。一方面,要在新媒体建设和人员素质上加大投入,充分整合新媒体的旅游宣传途径,对旅游从业人员进行新媒体应用技术的培训,加大旅游营销人员的信息服务意识,从而让新媒体的旅游宣传活力四射。

能、拉动区域经济发展的有效路径。

强化旅游三线供给联动高效运转,就需有三线供给均衡协调发展作保障。首先是旅游一线窗口供给发展要充分,各项旅游基本要素和延展要素齐头并进、不留短板、应有尽有、运转高效;其次是旅游二线流通供给发展要成熟,各项相关行当要成龙配套、没有缺项、携手共进、畅行无阻;第三是旅游三线生产供给发展要扎实,各类生产和教培成果要物美质优、价格公道、及时供应、满足需要。

旅游三线供给全面有机联动发展,旅游产业链条就得到全方位的延伸,旅游产业体系便得以完整的构建,全社会各相关行业就都直接或间接地参与到旅游产业分工之中,客观上将形成处处都是旅游环境、人人都是旅游形象、家家都是旅游业态、行行都是旅游支撑、各方都为旅游助力、全民共享旅游成果的美好生动局面。

六、以“三制创新”增强旅游发展内生动能

所谓三制创新,就是在旅游规划、旅游体制、旅游机制上进行创新。这是规范旅游行为、增强旅游发展动力、释放旅游运行活力、推动旅游业高质量发展的重要手段。

旅游规划主要指旅游基本规章制度,是规范旅游开发建设、经营管理、活动行为的准则。随着旅游业和各相关产业发展变化,我国现有的旅游规划有的已落后于形势,适应不了发展的需要。如推动区域旅游协调发展,中西部地区省份与沿海发达地区省市的旅游规划存在差异化、不衔接的问题,影响区域合作的开展。又如面对新冠疫情防控这一世界性公共卫生难题,旅游行业如何适时适度把握开展经营活动,迫切需要切实可行的规制支持。因此,应以规制创新来排除发展障碍、释放内生动能。

旅游体制包括旅游管理体制、经济体制、经营体制、投资体制等,是旅游业的基本结构体系。全国各地旅游发展基础不一样,发展水平不平衡,旅游体制也存在先进与落后的差距问题。只有正视差距,加大创新力度,科学整合资源,增强发展动能,才有可能放下包袱、迎头追赶。

旅游机制含有旅游运行机制、协调机制、管控机制、引导机制、激励机制、奖惩机制等,是推动旅游业发展的举措和方法。旅游发展从不停步,产业状况不断变化,机制创新总在路上。机制焕发热情,机制生产动能,机制滋润活力,把旅游机制调试到最优位置,便能生发出强大的旅游生产力。

(作者单位:中国未来研究会旅游分会、江西省文化旅游产业链长制专家咨询委员会)

另一方面,要将景区景点、旅游民宿、旅游消费综合体、藜麦土豆等特色旅游商品、剪纸等旅游文创产品等进行精心包装,制作成专题推介资料,借助新媒体打造引爆点。

(四)加强政策配套,聚集游客人气。旅游发展的根本问题就是人气问题,一个地方游客稀少,一切旅游开发建设都会流于空谈。在黎麦自由行游客方面,可采取派发旅游券、出台景区门票减免政策、在景区打造网红打卡点等举措;在聚集团队游客方面,可与北京、太原等地龙头旅行社合作,在其晋北旅游线路中增加静乐旅游景点,并配套团队游客奖励补助政策,激发龙头旅行社组织游客到静乐的积极性。另外,可深挖静乐文化内涵,充分利用文旅帮扶优势,联系文化和旅游部直属各大院团定期到静乐举办文艺演出活动,围绕藜麦旅游IP举办藜麦文化节,千方百计聚集游客人气。

(五)加强市场化运营,盘活存量资源。将旅游业打造成静乐县支柱产业,需要盘活静乐县的存量旅游资源,以增加旅游经济收益。一是要盘活景区资源,在景区提供餐饮、游乐、购物等全方位旅游消费服务,充分利用景区游客人流,让景区经营扭亏为盈。二是要盘活旅游民宿和旅游消费综合体资源,引进专业第三方团队运营程子坪民宿、牛栏小镇民宿、庆鲁沟民宿以及木瓜山生态园、青年庄生态园等旅游消费综合体,真正让这些旅游资源产生经济效益。三是要盘活旅游餐饮住宿等市场主体的冬季旅游消费,开发打造好静乐冬季旅游产品,让更多游客能在冬季到静乐消费,推动提升旅游餐饮住宿等市场主体的盈利空间。

(作者单位:山西省静乐县人民政府)

发挥行业协会作用 助力温泉旅游行业数字化转型

□ 张越 赵永明

一、何为数字化转型

2020年5月13日,国家发展改革委官网发布“数字化转型伙伴行动”倡议。倡议提出,政府和社会各界联合起来,共同构建“政府引导—平台赋能—龙头引领—机构支撑—多元服务”的联合推进机制,以带动中小微企业数字化转型为重点,在更大范围、更深程度推行普惠性“上云用数赋智”服务,提升转型服务供给能力,加快打造数字化企业,构建数字化产业链,培育数字化生态,形成“数字引领、抗击疫情、携手创新、普惠共赢”的数字化生态共同体,支撑经济高质量发展。

数字化转型的核心本质是利用数字“复制、链接、模拟、反馈”的优势,实现企业转型升级。数字化不是目的,转型才是。因此,企业在布局数字化转型时,面对各界多样的声音,要回归企业的本质,从“降本、增收、提效”等企业核心目标出发,思考如何选型,如何组织,如何实施。

温泉旅游行业比较传统,但是因为疫情的深刻影响,需求端、场域端倒逼着供给侧启动数字化转型。

二、温泉旅游行业新业态观察

疫情推动了整个社会的数字化进程,形成了全新的数字化环境,需求侧、场域侧和供给侧相互促进发展变革。

1.需求侧。因为消费者对品质生活需求提升,对产品及服务提出更高要求,推动温泉旅游产品服务迭代。温泉企业要满足消费者的认知需求、品质需求和分享需求。要打破传统同质化的产品和服务,提供深度的、个性化的产品,提供多样化的触达渠道、多样化的信息共享方式、多样化的便捷体验。

2.场域侧。为消费者提供云探店、短视频和直播渠道,内容运营对于温泉旅游企业来说越来越重要,内容运营可以有效提升温泉旅游企业供需链路触达效率。

短视频和直播的渠道比以往更加普及。在疫情的影响下,温泉旅游行业的内容运营方式逐渐呈现从图文到视频的发展趋势。相较于图文,短视频和直播这两种视频形式的内容运营方式更能推动温泉旅游供需链路触达效率的提升。短视频营销门槛低、适应性强,可以灵活满足各种营销需求,而且信息承载丰富集中,可以与用户进行深度互动和沟通,传播量上有强大的肥尾效应;直播引入专业主播的选品能力,优化产品展示,减少用户产品搜索行为,提升信息触达率,引流型的限时低价降低决策成本,促发非计划性消费,而且可以实时互动,交互式购买体验。

3.供给侧。在内容管理和对外服务上,对数字化程度要求大幅提高,私

域流量运营是供给侧流量把控的重要手段,温泉企业对私域流量更加重视。

疫情发生前温泉旅游市场环境稳定,温泉企业生存压力不大,营销上更倾向于将产品委托OTA等第三方分销,减轻直销压力。疫情后,温泉旅游企业面临巨大的生存压力,企业发现直销是刚需,开始重视用户流量的掌控权,提升直销比例,通过私域流量的布局和运营,更高效地实现用户拉新、留存和复购。

三、行业协会如何发挥助推作用

数字化转型是温泉旅游行业长期发展的基石,是保持行业年轻、活力、健康的重要手段。随着5G、人工智能、物联网等新技术的不断成熟,温泉旅游行业将迎来数字化转型的关键发展阶段。对内,数字化转型有助于提高内部运营管理效率;对外,数字化转型可以提升消费者体验,提高消费者到温泉休闲度假的意愿和满意度。

温泉旅游行业如何实现数字化转型?国家发展改革委发布“数字化转型伙伴行动”倡议给出了方法,就是政府引导—平台赋能—龙头引领—机构支撑—多元服务。中国旅游协会温泉旅游分会本着服务行业发展、服务会员企业效益提升的初心、搭建和政府沟通的桥梁,引导行业平台建设,以行业的优势和其它平台合作,形成“温泉旅游行业数字化转型伙伴”,从行业的龙头和头部企业开始,切实推动行业的数字化转型。

疫情防控期间,在中国旅游协会温泉旅游分会的推动下,温泉旅游行业搭建了两个专属平台,一个是专注于私域运营服务的“阿拉丁温泉”,为温泉企业提供软件工具,企业可以构建丰富的产品,对接多样的渠道;可以开展多种形式的营销活动,搭建资源中心。根据温泉旅游行业人才匮乏的现状,“阿拉丁温泉”还在全国招聘和培训大批专业运营团队,为每一家温泉企业提供专人服务,构建和不断扩大温泉企业的私域流量。

另一个是服务于温泉旅游企业采购的集采平台“金汤易购”。合作方同驿科技依托同程艺龙等资源 and 流量的支撑,为温泉旅游企业提供数字化的、便利的采购服务,同时温泉企业可以用温泉票务、酒店房券等支付采购款,降低企业的资金压力。

为了对接更多的产业链资源,中国旅游协会温泉旅游分会将与广东鸿威国际会展集团合作举办专业的温泉博览会,为温泉旅游企业对接优质合作伙伴,同时帮助温泉企业实现温泉园区和酒店的数字化,让消费者云探店。

中国旅游协会温泉旅游分会还将和专业的培训机构合作,为温泉企业数字化转型输送和培训专业人才。

(作者单位:中国旅游协会温泉旅游分会)

从四方面着力加强科技与旅游融合

□ 杨莎莎 黄晶秋

“十四五”时期,构建新发展格局对旅游业整体创新发展提出了更高的要求,推动旅游行业进行资源整合、结构优化、模式创新等现代化转型升级。科技创新的不断发展使人类生活逐渐智能化、数字化,也使现代旅游的发展模式与传统的景点景区模式逐步向全域旅游、智慧旅游模式转变。加强科技与旅游的融合,推动旅游智能化和数字化,可以更好地实现优化产业结构、深挖旅游资源、丰富游客体验、促进游客消费等目标,进而实现旅游业的现代化发展。当前我国旅游业还存在旅游供给与游客需求不匹配、旅游项目同质化严重、旅游资源开发深度和广度不足等问题,要解决这些问题,需要进一步加强科技与旅游的融合。加强科技与旅游的融合,需从满足游客需求、加强政府引导、聚焦产业融合、完善基础设施等方面着力。

满足游客需求。互联网和数字化不仅使旅游的体验更加深度化,而且能够提供新颖高效的传播渠道,精准捕捉游客的消费需求,并为智慧旅游新业态提供技术支撑。一方面,在游客游览体验上,构建起完备的信息网络和信息分析平台,以更加精准地分析各地游客的不同需求,实现产品和服务的精准投放。另一方面,在游客游玩的过程当中通过其信息选择特征智能推荐游玩项目,减少游客对游玩项目的筛选时间。通过提供更加完备的系统化、个性化游玩模式,可以让游客在游玩的过程中有参与感和沉浸感,从而加快文化的交流与互动。

加强政府引导。政府服务质量与效率的提升可以有效推动智慧旅游新业态的形成。在充分发挥市场在资源配置中的决定性作用的前提下,要加大政策扶持引导的力度,实现资源的优化配置。一方面,在政府管理规划上,构建起更体系化的物联网,将旅游服务与城市公共服务相结合。另一方面,加快现代环保科技的研发与使用,将旅游与环境保护工作相结合,推动当地绿色发展。

聚焦产业融合。通过产业融合来推动旅游产品的创新和旅游形式的变革,探索延长旅游产业链的新模式。一方面,运用现代制造科技和现代展陈科技研发旅游新产品,丰富产品供给,提升游客旅游体验,增加企业收入。另一方面,通过现代信息科技对游客信息进行分析,不断优化服务模式,进行营销模式的创新,同时通过科学技术的普及化让众多中小企业加入到智慧旅游的服务中来,激发市场竞争,进而推动服务模式的创新与升级。

完善基础设施。要牢牢抓住新型城镇化建设、美丽乡村建设、全域旅游示范区建设的政策机遇,完善基础设施。一方面,利用网络信息平台加快信息的传递与交流,推动当地文化氛围的构建,利用现代制造科技更新出行方式。另一方面,在完善基础设施和公共服务体系的同时,优化旅游目的地生态和社会环境,为游客提供高质量的出行体验,也为旅游目的地构建资源节约型和循环利用型的经济体系。

(作者单位:桂林旅游学院,广西民族大学)