

时评

以拉动消费增长为着力点推动旅游市场复苏

一年一度的旅游旺季来临,各级政府及文化和旅游主管部门、旅游行业组织等应在用足、用好各项助企纾困政策的基础上,用更加积极的宏观调控手段,激活消费潜力,拉动市场复苏,促进行业恢复发展

□ 特约评论员 王德刚

4月13日召开的国务院常务会议部署促进消费的政策举措,助力稳定经济基本盘和保障改善民生。会议指出,消费对经济发展具有持久拉动力,事关保障和改善民生。要贯彻党中央、国务院部署,协同发力、远近兼顾,努力稳定当前消费,综合施策释放消费潜力;要积极应对疫情影响,促进消费恢复发展;抓紧把已出台的餐饮、零售、旅游、民航、公路水路铁路运输等特困行业纾困政策落实到位,鼓励地方加大帮扶力度,稳住更多消费服务市场主体。

新冠肺炎疫情发生以来,国务院及相关部门连续出台了多项针对小微企业和特困行业市场主体的纾困政策,对因受疫情影响经营困难的企业克服困难、渡过难关起到了重要的促进作用。

当前,我国本土疫情呈现点多、面广、频发的特点,防控形势十分严峻。旅游、交通、餐饮、零售等服务于人的流动性消费的行业市场恢复存在

许多现实困难,今年的形势比上一年更加严峻。在这种情况下,助企纾困和行业复苏政策必须向更加积极的方向主动调整,从帮扶企业与扩大市场两端发力。

一方面通过降费降税、金融输血、缓缴相关费用等手段降低企业运营成本、减轻企业负担,帮助企业纾困解难;另一方面通过政策引导,创造新需求、启动新消费、扩大新市场,以激活消费市场的方式拉动市场复苏,促进旅游等行业恢复发展。

当前正值春季,也是一年一度的旅游旺季,各级政府及文化和旅游主管部门、旅游行业组织等应在用足、用好各项助企纾困政策的基础上,用更加积极的宏观调控手段,激活消费潜力,拉动市场复苏,促进行业恢复发展。

旅游是一种具有弹性特征的生活性消费,正常状态下是按个人闲暇时间和公共假期的分布规律呈现节奏性特征,但受特殊的限制性因素影响则会被阶段性压抑或发生被动性转移。

在当前疫情防控形势依然严峻、

传统旅游消费受到压抑,市场主体生产和创新能力下降的情况下,要充分发挥政府、主管部门、行业组织等的政策、组织和智力优势,用政策引导和调控手段,创新消费,激活市场。

近期,一些地方通过发放文化和旅游惠民消费券启动居民文化、休闲、旅游消费,加快线上线下消费融合,培育壮大智慧产品和服务,促进“智慧+”新型消费。一些地方积极开展城市“微旅游”、乡村休闲游等产品和服务,扩大本地化旅游消费。

五一假期即将来临,各地正在精心组织各种活动,满足人们休闲旅游需求。地方党委和政府及文化和旅游主管部门、旅游行业组织要在严格落实疫情防控措施的基础上,积极做好赏花休闲游、民俗风情游、农耕体验游、乡村特产购物游等产品综合开发,组织好赏花节、赛事会、摄影赛等文化休闲活动以及其他地方性、民族性文化活动和自驾游、徒步游线路的走向、路段、节点的服务与保障。

相关部门行业协会及市场主体有

计划、有组织、有设计的积极作为,可以有效引导新需求、启动新消费、扩大新市场,促进旅游市场复苏和行业恢复发展。

需要强调的是,目前,各地各部门已经出台了较为系统的助企纾困政策和市场复苏措施,关键是要推动这些政策措施落实、落地。各级政府和相关部门要明确分工、压实责任、监督考核,注重实效。

一要明确各部门、各领域的任务分工和责任,政府出台的各项政策要在所有相关部门、领域形成实施细则,推进计划和规范的办理流程,以提高政策执行效率。

二要建立政策绩效评估机制,通过绩效评估来科学测评各级和各部门出台的各项政策措施能够不折不扣地落实、落地,让所有的政策措施都能够出实效。

三要建立政策落实监督考核机制,通过监督考核推动各级和各部门出台的各项政策措施能够不折不扣地落实、落地,让所有的政策措施都能够出实效。

观察

以“两山”理念为遵循 引领国家公园游憩利用

□ 杨阿莉 张文杰

《“十四五”旅游业发展规划》提出,“各地区要在严格保护生态的前提下,科学合理推动生态产品价值实现,走出一条生态优先、绿色发展的特色旅游道路”。为加强国家公园建设管理,国家林业和草原局日前发布《国家公园管理暂行办法(征求意见稿)》。征求意见稿提出,坚持国家公园全民公益性,为全社会提供优质生态产品,以及科研、教育、文化、游憩体验等公众服务。

根据《“十四五”旅游业发展规划》及《国家公园生态环境“最严格保护”要求》,笔者认为,进一步厘清国家公园游憩利用的价值遵循、正确处理国家公园游憩资源开发利用与生态环境保护的关系、科学制定国家公园游憩利用永续发展的举措,是当前推进以国家公园为主体的自然保护地体系建设的关键所在。

习近平总书记指出:“如果能够把这些生态环境优势转化为生态农业、生态工业、生态旅游等生态经济的优势,那么绿水青山也就变成了金山银山。”国家公园是国际公认的拥有高质量资源禀赋、能够提供优质游憩体验的重要场域。如果说生态环境保护是建立国家公园的主要目的,那么游憩利用就是国家公园实现社区经济发展的重要实践。“两山”理念体现了保护自然、尊重自然的紧迫性,国家公园要在保护好人类赖以生存的自然资源和良好生态环境这一“绿水青山”的前提下,为大众提供高品质的教育、审美和休闲游憩机会,适度开展小规模、低强度的游憩利用与生态旅游活动,让地方获取经济收益,使国家公园成为增进社区发展、持续造福子孙后代的“金山银山”。

“两山”理念为国家公园游憩利用与生态保护找到平衡点。保护、利用与发展并不是相互排斥的,关键在于科学的规划和适宜的管理措施。国家公园开展游憩利用,就是在看似冲突的环境、经济、社会的三个层面寻求永续的动态平衡。通过借助环境经济政策,建立环境价格机制、产业退出机制、生态补偿机制等多项机制,保护好自然资源与生态环境。

生态环境越好,对生产要素的集聚就越强,就越能培育绿色发展理念,并依托绿色生态资源环境推动绿色产品和生态服务资产化,从而推动当地社会经济又好又快发展。合理利用国家公园的自然资源,发挥其游憩功能,体现其全民公益性,实现其对社区居民利益的带动作用,发挥其社会经济效应,实际上就是将其变成了“金山银山”。国家公园可持续发展的游憩利用,能充分提升生态系统服务价值。遵循“保护—利用—发展—保护”的良性循环模式,是破解保护与利用的原生矛盾、彰显生态治理的中国智慧和国家公园可持续发展的必由之路。

首先,科学构建国家公园游憩空间,合理规划游憩利用适宜区域。我国国家公园分为核心保护区与一般控制区,两类区域承载着不

同的保护目标和功能定位,前者原则上禁止人为活动,后者限制人为活动。国家公园游憩管理目标的实施,就是在严格保护的前提下,在其一般控制区内划定游憩利用的适宜区域,开展适当的游憩活动。一般控制区可划分为生态旅游区与传统利用区等区域。生态旅游区要在坚持自然生态保育的同时,寓教于游,为公众提供休闲游憩、环境教育机会,适时开展生态观光、科普教育为主的游憩活动,并设置必要的游憩绿道等服务设施。其中游憩活动仅限于轻干扰的教学实习、科学试验、享受休闲求知和丰富阅历等少量游憩体验活动,严格控制游客数量,严禁开发与国家公园生态环境不相协调的景观与景点。传统利用区保留原住民与自然传统形成的共生关系的传统生活方式,允许原住民开展适当的农业生产活动,游憩活动以民俗文化体验为主,构建高品质和多样化的生态产品体系。

其次,持续推进国家公园游憩利用环境监测,及时掌握游憩利用的生态影响。要建立起“天空地”一体化环境监测网络体系,通过信息化技术管理手段,全面掌握生态系统的动态信息,科学精准评估和预警游憩活动可能引发的生态风险。对国家公园内的游客、原住民等人群的行为活动进行全面监控,制定详细的正负面行为清单,制定严格的惩罚激励规则和实施细则,规范游客养成绿色、低碳、文明的游憩行为,推动原住民形成绿色的生产生活方式。借助GIS(地理信息系统)技术、野生动物视频等科学监测野生动物生活轨迹以及与人适应性生活的关系,根据保护对象的敏感度、濒危性等,结合居民生产生活需要,建立生态廊道网络和防护网措施,减少人为活动对野生动物生态环境的干扰。同时,运用可接受的改变极限理论计算国家公园各生态区域的生态承载力,在不同属性的生态区域,对游客实行预约售票,有效把控游客流量,保障生态系统良性循环,使自然保护和社区发展协调共进。

再次,不断完善国家公园游憩利用规划,进一步提高游憩利用管理效率。国家公园游憩利用所涉及的利益主体包括国家公园管理局、地方政府、特许经营商、社区居民、游客和志愿者等,因其利益主体的复杂性和利益诉求的多样化,需要通过差异化赋权加强彼此联系,并引导其共同服务于国家公园发展的终极目标。因此,需要建立相应的游憩利用规划,以制度约束为核心手段,设计合理的产权契约,制定动态的奖惩制度,定期调整“成本—收益”制度。同时,还需要通过破解人地矛盾,理顺权责关系,开展公众教育,培育各利益主体生态文明意识和生态伦理观念,引导其践行负责任、生态友好的行为规范,不断推进国家公园公共游憩服务功能与价值的实现,进而提高国家公园游憩利用管理效率。

(作者单位:西北师范大学旅游学院)

声音

“不能一见山河壮美、自然瑰丽便降低对自己的要求,做出一些危害生态环境的举动”

——针对登山等户外活动中出现的不文明行为,《人民日报》发表评论指出,我们参与户外活动,不是为了占有和破坏,而是为了欣赏风景、挑战自我。我们得到的,是坐在家中难以获得的审美体验和超越自我的心理体验。看过的风景、走过的路,会变成更开阔的视野、更强健的肌肉,不需要用一根布条来标记;美好的情感,在点滴心头、漫长岁月中,也不需要靠刻字来表达。

“如何理顺这一庞大市场,使其走向良性发展轨道,显然是一个复杂工程,需要管理者、服务者、支持者全方位配合”

——针对近期各地出现的露营热,《北京日报》客户端发表评论指出,在旅游业相对低迷之时,露营异军突起,既让大众的出游诉求得到释放,也给整个行业注入了生机。但透过密集出现的槽点也不难发现,露营尚处于野蛮生长状态。从游客抵达前的大堵车,到入场后的“找位难”,再到露营地卫生保障等方面的跟不上,都说明不论是郊野公园,还是市民群体,还没有跟这一新兴出游方式实现适配,设施建设、信息沟通、人流引导等等,都存在不同程度的短板。

(本版编辑 龚立仁 整理)



消费者不该为高价“网红餐位”买单

近年来,随着相关法律法规的完善和消费者维权意识的提升,设置最低消费门槛、严禁自带酒水、谢绝外带食物等霸王条款出现情况有所改善。然而,仍有部分高档餐厅借着私人环境、一对一服务,设置包间最低消费。还有部分餐厅通过要求必点招牌菜、设置网红景观位最低消费等收费名目,变相损害消费者合法权益。对此,《北京青年报》发表评论指出,对于餐饮领域最低消费新名目,消费者应增强法律意识,及时拒绝,并通过与商家协商、向消协投诉或向市场监管部门举报等方式积极维权。商务、市场监管等部门以及消协、餐饮行业协会等单位则应加强对餐饮最低消费“创新名目”的关注和监督。

视觉中国 供图

(上接第1版)

灿烂多彩“文化道”

“一岭分南北,江淮各自流。”江淮分水岭风景区依托江淮分水岭岭脊而建,区域地貌特色明显,岭上风光优美独特,自然生态和人文景观资源丰富,是一条具有安徽文化特色的“徽风皖韵”主题自驾线路。风景区总长420公里,如同一条彩带,串起滁州市多个国家森林公园、自然保护区、地质公园、文化遗址、水利枢纽、旅游景区、特色小镇,为游客提供了独特的自驾体验。

除优美的自然生态,丰富的人文旅游资源也是这条风景道的核心吸引物。根据风景道“一核(琅琊山)、一廊(主廊道)、六口(6个高速出入口)、八段(8个特色区段)、十五支(15条串联支线)、多节点(多个驿站节点)”的整体建设布局,历史文化名山琅琊山成为核心,明皇陵、小岗村、周家岗烈士陵园和龙山寺等古刹都是重要节点。

近年来,在安徽省文化和旅游厅指导下,滁州市将江淮分水岭风景道作为全域旅游的“1号工程”和示范工程来抓,通过实施道路畅通、配套完善、环境整治、业态培育“四大工程”,全力推进

风景道建设。2021年8月底,主廊道全线建成贯通,成为名副其实的皖东“千里画廊”特色自驾线路。

2021年9月,滁州市成功举办安徽省第八届自驾游大会,围绕江淮分水岭风景道推出的6条自驾线路深受好评。杨茜表示,下一步,滁州将深入挖掘风景道沿线历史人文、非遗传承、地方戏曲、红色故事等资源,在风景道沿线客流集聚区域,开展文艺表演、非遗展演、民俗节庆等活动,将优秀传统文化和乡村休闲旅游相结合,推进地方文化进景区、进风景道,不断增加风景道文化内涵与旅游活力。

在江淮分水岭风景道走红的同时,皖浙1号线、皖南川藏线、大别山风景道、环天柱山旅游风景道等自驾线路也逐步火热起来。

山清水秀“生态道”

在宣城市,有一条被称为“江南天路”的风景道——皖南川藏线,近年来以“险趣共生”的特点而走红市场。皖南川藏线是一条生态环境优越、物种丰富多样的景观道,核心段东西长120公里,南北长80公里,穿越众多景点,生态环境良好,受到旅游、摄影、探险、自驾爱好者喜爱。

皖南川藏线成为“网红”,与其独特的自然资源密不可分,也离不开当地政府的持续投入和省市旅游部门连续多年的大力推广。

据了解,宣城市2014年开始建设这条精品自驾线路,通过实施《皖南“川藏线”建设三年行动计划》,累计投资逾10亿元,新增道路146公里,改造道路273公里,完成了皖南川藏线亮化提升改造工程,全线“一主两辅七循环”旅游交通网络基本形成。经过多年的投入,皖南川藏线名气越来越大,先后荣获“中国体育旅游十佳精品线路”“长三角最佳体育旅游线路”等称号。

与此同时,安徽省各地风景道建设也驶入快车道。除皖南川藏线外,宣城市境内的国道318、“皖浙天路”、“皖南唐古拉”等新兴自驾线路精彩纷呈。潜山市以天柱山为龙头,以环天柱山、潜水河、潜山湖旅游风景道为依托,串联多家景区和乡村旅游点,实现了“天柱游”向“全域游”的蝶变,探索出一条龙头引领、全域发展的“天柱山路径”。六安市则乘着大别山风景道建设东风,积极构建“慢游循环网”,中国红岭公路等“交旅融合”项目陆续落地,织就了一幅和谐相融的美丽画卷。



浙江大学
ZHEJIANG UNIVERSITY



THE HONG KONG
POLYTECHNIC UNIVERSITY
香港理工大学

合作办学

亚洲特色·全球视野

酒店及旅游管理博士 学位项目

Doctor of Hotel and Tourism Management (D.HTM)

浙江大学-香港理工大学联合中心

上课地点:
浙江大学西溪校区

咨询电话:0571-8827 3322
报名邮箱:mingao@zju.edu.cn

网 址:zupuc.zju.edu.cn

