

时评

# 以前瞻视角培育人才 为民宿产业注入活力

民宿管家新职业的出现既是对民宿产业光明前景的重要映射,也是民宿产业朝专业化、特色化、品质化发展的重要驱动措施。政府、社会及相关行业主体应以前瞻性视角积极响应市场需求,加快培育一身多能的民宿管理人才

□ 张佑印 张景全

近日,人力资源和社会保障部向社会公示,研学旅行指导师、民宿管家拟纳入新版国家职业分类大典,标志着文化和旅游领域两个国家认可的新职业即将诞生。民宿管家成为国家认可的新职业,充分反映了全社会对民宿产业发展前景充满信心以及民宿产业对人才的迫切需求。民宿管家是指提供客户住宿、餐饮以及当地自然环境、文化与生活方式体验等定制化服务的人员。民宿管家这一职业显著特点是一身多能、一岗多职。具体来看,一位合格的民宿管家应至少具备四方面能力。

一是沟通协调力。与同住宿业的酒店相比,民宿具有显著的特色化、体验化、定制化等服务特征,这些特征需要民宿管家在工作中不断适应新变化和新要求,而沟通协调力就是适应这种需求的重要能力。民宿管家一方面需要与客户保持高效沟通,精准把握客户需求,从而提供定制化服务。另一方面,民宿管家还需要同员工积极交流,从而协调指导员工提供客户需求的品质产品服务。

二是信息挖掘处理能力。民宿管

家作为给顾客提供定制化服务的人员,了解客户需求是其提供服务的前提和基础,这就要求民宿管家能够及时整理并记录客户信息、消费项目与习惯,快速搜集并分析客户反馈,提升客户黏性。同时,民宿管家还需要系统掌握民宿运营中物料采购、损耗情况,整理、分析民宿运营数据,控制运营成本。

三是组织策划能力。民宿作为非标准化住宿业态,除了为游客提供住宿服务外,还包括食、行、游、购、娱等多种旅游要素的服务。所以民宿管家不仅需要有能力依托当地自然人文环境策划丰富多彩的创意性休闲娱乐活动,还需要针对顾客个性化需求提供定制化服务项目与方案。

四是安全监督与应急管理。对于民宿而言,安全尤为重要。民宿管家应提升在民宿安全监督方面的能力,及时检查维护安全设施,同时要制订民宿及服务项目应急预案,组织实施紧急救护。

结合“民宿管家”的职业特点和市场需求特征,政府、学校和社会相关机构可重点开展五方面工作。

一是积极推进民宿管家的评定工作。新职业信息经公示征求意见、修

改完善后,民宿管家将被正式纳入新版国家职业分类大典,新职业的评价认定工作将成为文化和旅游部门的一项新工作。考虑到当前民宿管家主要以民宿业主和当地居民为主,建议民宿管家资格评定标准应从专业知识和实践技能两方面进行考核,鼓励具备一定从业经验的人员优先参与评定。另外,相关资质的认定应以业务操作能力为主,理论考核为辅,未来随着人才队伍的增加可适度调整考核的方式和难度。

二是提前谋划民宿管家执业规范等相关标准文件。执业规范作为管理和评判民宿管家的行业标准,对于明确民宿管家执业行为,保障民宿管家执业权益具有重要的指引作用。建议根据相关法律法规,提前谋划《民宿管家执业规范》等相关标准文件,做好行业标准的奠基和引领工程。

三是旅游类高校应加强民宿管家人才培养。随着民宿管家职业的发展,必将出现大量的人才需求缺口,而各旅游类高等院校作为我国旅游人才培养的重要基地,应将民宿管家作为专业方向招生培养,开展相关专业课程和实践活动,从而为业界输出更多优质的职业民宿管家。

四是强化民宿管家的分级梯度化建设。从新职业发展角度来看,具备良好人才上升通道的职业更能激发人才学习新知、更新技能的积极性,进而长久的留住行业人才。因此,对于民宿管家这样的新职业也应实行分级梯度化建设,形成民宿专家职业发展的晋升模式,有效激励人才不断完善和提升自我,为我国民宿产业发展持续注入新活力。

五是加快促进民宿业发展速度,为民宿管家提供发挥才能的场所。民宿管家职业化预示着未来将有更多人才投身到民宿产业发展,与之匹配的产业升级将成为未来的工作重点,建议各地积极创新政策,破解民宿发展中存在的土地、资金、消防、安全等现实问题,规范民宿业发展,进而为民宿管家提供施展才华的场所。

总之,民宿管家新职业的出现既是对民宿产业光明前景的重要映射,也是民宿产业专业化、特色化、品质化发展的重要驱动措施。政府、社会及相关行业主体应以前瞻性视角积极响应市场需求,加快培育一身多能的民宿管理人才。

(作者单位:北京体育大学体育休闲与旅游学院)

观察

# 打造数字化文化场景 拓展消费空间提升旅游体验

在丰富文化产品供给类型、提升文化消费体验、打造更多文化消费新空间、充分激发并释放文化消费需求等方面,数字文化消费场景正发挥着越来越重要的作用

□ 特约评论员 吴丽云

近日,中共中央办公厅、国务院办公厅印发《关于推进实施国家文化数字化战略的意见》(以下简称《意见》),提出发展数字化文化消费新场景,大力发展线上线下一体化、在线在场相结合的数字化文化新体验。数字经济是赋能文化产业转型升级、壮大经济发展的新引擎。数字化文化消费场景建设是以科技为支撑,以体验为核心,通过拓展文化消费空间,优化文化内容供给,提升文化消费品质,最大程度地释放文化消费需求,推动文化产业高质量发展。

发展数字化文化消费场景是文化产业高质量发展的必然要求。发展数字化文化消费场景,以科技丰富文化产品内容,有助于提升文化产品供给品质,推动行业发展步入以技术、创意为引领的高质量发展新阶段。《意见》从国家层面对文化数字化进行战略布局,是文化产业大发展的客观要求,也是文化强国建设的必然路径。通过全息呈现、数字孪生、多语言交互、高通真、跨时空等新型体验技术,可实现线上线下一体化的数字化文化体验,拓展文化产业的供给空间和供给内容,让文化产品为大众所了解、感知和体验。2022年,中国版权协会发布的《2021年中国网络文学版权保护与发展报告》显示,中国数字文化产业规模已达7841.6亿元。数字文化消费场景的拓展和再造,正成为文化产业高质量发展重要路径。

发展数字化文化消费场景是满足人民群众日益增长的文化消费需求的客观要求。数字化文化消费既是疫情防控期间人们线上消费的重要形式,也是适应居民消费和体验升级需求,形成线上、线下多场景结合的沉浸式新型文化消费形态。数字化文化消费场景的拓展,是当下以消费需求释放促进文化产业发展的趋势,是供给创新的重要路径。《意见》提出促进“客厅消费”、亲子消费、网络消费、定制消费等新型文化消费发展,为以消费促进文化产业提供了清晰方向。

近年来,消费已成为促进国民经济增长的重要手段,数字化文化消费是消费需求释放的重要领域。从云看展、云旅游、云演艺、沉浸式数字展、数字文旅产品等为代表的数字文化消费成为受消费者和企业关注的消费形态。第49次《中国互联网络发展状况统计报告》显示,截至2021年底,我国网络视频用户9.75亿,网络音乐用户7.29亿,网络游戏用户5.54亿。数字化文化消费用户持续增长,数字化文化消费正成为最受年轻人喜欢的文化消费形态。

数字化文化消费场景的发展,既是文化产业高质量发展与大众文化消费需求共同推动的结果,也代表了文化产业未来发展的重要方向。丰富消费供给、提升消费体验、

拓展消费场景是数字化文化消费场景构建的重要途径,也是充分释放文化消费需求、促进文化产业发展的关键手段。

以数字化文化消费场景发展丰富文化产品供给。基于全息、虚拟现实、增强现实、人工智能、大数据等数字技术,将传统文化资源和文物资源场景化和产品化,形成更加丰富的数字化文化产品供给。文化资源数字化、数字文旅体验馆、沉浸式文化展览、云游产品、云展产品、云展产品、数字主题乐园等都是文化场景数字化后形成的全新产品,涉及线上产品、线下产品以及线上线下一体化产品,将极大丰富文化产品的展示、供给形态。

以数字化文化消费场景发展提升文化消费体验。通过数字技术为消费者获取、体验、消费和再创造文化产品和服务提供场景,从而形成更强烈的实时体验、更有效的具身交互、更全面的感官沉浸,使消费者在体验中获得身心愉悦的优质体验。将静态文化资源转变为动态数字化文化产品,不仅提供了大众近距离接触以及与优质文物和文化资源交互的机会,也让文化体验变得更生趣、丰富、深刻。故宫举办的“画游千里江山——故宫沉浸式艺术展”,利用实时分层渲染技术将“千里江山图”等馆藏名画转变为数字数字,让参观者可以在立体数字景观中更好地感受动起来的古画之美。作为国家旅游科技示范园区的文化山西文旅数字体验馆,将数字技术与山西文化资源和悠久历史相结合,让游客可以在数字化的历史场景中漫游,也可数字化再造一座应县木塔,提升游客的参与度、沉浸感和体验感。借助技术创新和文化创意,不断优化游客体验方式,全方位提升游客的多维感知体验,正成为数字文化消费场景建设的重要方向。

以数字化文化消费场景发展拓展文化消费空间。场景式消费契合了当下消费升级的趋势,是供给创新的重要方向。《意见》提出要充分利用文化教育设施和公共场所,搭建数字化文化体验的线下场景。将数字文化消费嵌入到各类消费场所,满足消费者在不同消费情境下的诉求,以更充分地释放文化消费潜力。西安大明宫遗址博物馆内,游客可通过VR技术选择自己喜爱的服饰、妆容,让置身大明宫的自己拥有一个全新形象;北京三里屯太古里打造数字艺术灯光秀,用艺术为商业空间赋能,以延长消费者的逗留时间。

数字化文化消费场景构建是以数字技术赋能文化产业发展的典型路径。在丰富文化产品供给类型、提升文化消费体验、打造更多文化消费新空间、充分激发并释放文化消费需求等方面,数字文化消费场景正发挥着越来越重要的作用,成为推动文化产业发展的关键力量。

声音

“把珍贵的文化和自然遗产完整地留给子孙后代,推动遗产资源融入社会生活,就一定能承载着中华民族历史记忆的文化与自然遗产在新时代绽放新光彩”

——针对加强自然和文化遗产保护传承,《人民日报》近日发表评论指出,历史是文化的载体,文化是历史的血脉。从某种意义上说,文化是一个国家的底蕴所在。城市规划建设,怎样加强历史文化街区保护,统筹好旅游发展、特色经营、古城保护,保护好城市的历史和文脉?推进乡村振兴,如何保留乡土味道、乡村风貌,让人们记得住乡愁?其实,保护好文化和自然遗产,就是守护过去的辉煌、今天的资源、未来的希望。通过跨越时空的古今对话、人与自然的和谐相处,我们就能感受到“弦歌不辍”的传承,激起“思接千载”的心绪,体味“品类之盛”的生机,让中华优秀传统文化实现创造性转化、创新性发展。

“数字化带来的技术便利和手段升级,归根结底还是要落实到内容生产的优化精进、创造创新上”

——据《人民日报海外版》报道,目前,不少文化场馆以数字化手段丰富展览形式,提供安全便捷的在线文化大餐,让公众在“云端”畅享文化新体验。业内人士指出,文化产业发展将促进文化科技不断深度融合,科技渗透到制作、展示、传播和消费各环节,催生文化产业的新产品新服务,从而更好地激发并满足人们的精神文化需求。清华大学中国发展规划研究院执行副院长杨永恒说,数字技术在内容建设、展示方式、传播途径、交互手段等方面丰富了用户的文化体验,使数字文化日益融入人民群众生活并成为一种需要,而且越来越多地呈现线上线下一体化、在线在场相结合的新特征。

(本版编辑 龚立仁 整理)

# 露营剧本杀是行业跨界联合的新探索

□ 丁慎毅

当北上广的年轻人开始沉迷飞盘、骑行、滑板,剧本杀开始在二三线城市“复活”。最近,越来越多的二三线城市年轻人,在社交平台分享起一种全新的线下社交娱乐活动——露营剧本杀。这是与以往在剧本杀店里“打本”完全不同的一种体验,既可以亲近自然,又可以娱乐社交。

受疫情影响,一些城市线下活动受限,许多剧本杀门店不得不暂停营业。而露营在各地越发火爆,剧本杀作为“杀时间利器”,可以填充一部分露营中的“真空时间”。

为了维持生意,有门店推出了“剧本杀外卖”服务,即剧本杀主持人带到露营营地。凭借剧本杀和露营两大噱头,这种新鲜的玩法吸引了不少渴望出门的年轻人。策划这一活动的人士算了一笔账:在成本支出上,每辆房车的租赁费用为400元一天,一车限8人参与,减去餐饮食材成本和人力成本,最终处于微盈利状态。

今年以来,各地加大文旅企业纾困政策支持,开展金融惠旅行动,搭建平台促进文旅产品销售,助力市场回暖。从市场主体自身来看,政府的政策帮扶只是一种外部助力,企业的生存和发展最终还是靠自身的动力和活力。

面对外部困难,一些文旅企业通过对传统产品和服务改良创新,开拓出一片新市场,赢得了转型的先机。比如,利用自身业务优势,拓展社会服务。南航在外语培训以及研学旅行等新业务领域试水,布局探索更多“副业”。再比如,搭上“数字快车”,加速向数字化、智能化发展,实现线上与线下结合。泰山景区利用区块链技术,发行数字化虚拟文创商品,首次推出4款各8000份,每份售价25元,一上线即被“秒光”。

从目前文旅企业自救情况看,像剧本杀和露营行业利用各自优势“抱团取暖”的例子还不多。但两者的结合至少为文旅企业谋求自救提供了一

个新的思路。

今年海南三亚呀诺达雨林文化旅游区借鉴“剧本杀”玩法,打造了由观众参演的《雨林部落·呀诺达探秘》实景演艺项目,提出“旅游中的游戏,实景中的演艺”新模式,改变了传统旅游演艺项目中只注重大投入而不注重新玩法的状况。同时在景区中增加了实景亲子研学项目《雨林奇遇马戏团》和雨林实景演出《雨林部落传奇》。这些产品都是白天户外的轻资产产品,既不需要灯光投影和机械设备,又规避了室内空气不流通、一旦出现疫情而被关停等风险,取得了较好的成效。

总之,面对疫情冲击,文旅企业自救纾困,既要相互取长补短、抱团取暖,也要通过与其他行业的跨界联合,闯出发展新路子。

# 看风景品文化 讲好新时代巴渝故事

□ 周荣光

万里长江,最美三峡。龙骨坡文化、大溪文化、江峡文化、三国文化璀璨多姿;云雾缭绕的神女峰,立于崖壁之上的千年悬棺、三峡古栈道,充满了神秘色彩……随着长江国家文化公园启动建设和郑渝高铁开通运营,深厚的文脉、诗意的风光、独特的风物、便捷的交通,使壮美的自然景观与源远流长的巴渝文化相映生辉,构成了巴渝旅游的壮美篇章。

文旅之美,美在和而不同、卓尔不群,美在独特风景、特色文化。巴渝山

清水秀,文化璀璨,文物众多,人文荟萃。从一湖碧水、翠屏环抱的万州到长江、彭溪河绕城而过的云阳,从“中华诗城”奉节到游览长江三峡的必经之地巫山……大自然的鬼斧神工在历史演变中化作深厚的文化积淀,也成为巴渝大地得天独厚的旅游资源。推动巴渝旅游发展就是要利用好、发挥好这些特色文化,开发独特资源,形成产业优势,打造新时代巴渝旅游“新名片”。

提高旅游的文化含量,将文化寓于旅游之中,是巴渝旅游发展的重要方向。要坚持对有形文物的尊重与保护,对无形文化的继承和弘扬,充分挖掘、

保护、传承和开发有形文化资源和非物质文化遗产,将加强旅游目的地环境保护和文化多样性建设作为重中之重。要保护文物,不能让他们藏于深山、孤芳自赏,而是要让其活起来,走进更多人的现实生活和精神世界。要打通资源壁垒,把资源优势转化为经济社会发展新动能,做到用“无形”开发“有形”,用“有形”承载“无形”,进而推动传统文物的创造性转化和创新性发展。

提高旅游的文化内涵,要围绕人民群众不断增长的美好精神文化需要,推动文旅产业高质量发展。要推出更多文化和旅游精品,使更多优质

文化资源转化为优质旅游资源,使群众得到更高质量、更高层次、更高品质的旅游体验;要创造更加舒适、便利的旅游环境,在改善旅游场所基础设施,提高旅游场所接待和服务水平上下“绣花功夫”,使旅游环境更加人性化、舒适化、便利化。

深挖文化内涵,让文化“活”起来、旅游“火”起来,让人们在“看风景”中“品文化”,在欣赏“一江碧水、两岸青山、三峡红叶、四季风雨”的山水颜值中,涵养巴渝旅游“千年山水、万年文明”的文化气质。要深入挖掘巴渝文化资源,提升旅游产品文化底蕴,活化利用历史文化资源,讲好新时代长江故事,让巴渝文化传承的力量跨越长河、悠悠回荡。



## 激发消费活力 促进市场复苏

随着暑期来临,学生毕业游、避暑游、亲子游市场明显升温。近日,各地纷纷推出针对暑期的乡村休闲、亲子研学等旅游产品线路,发放景区降价促销等旅游惠民“大礼包”,进一步激发旅游消费活力。与此同时,浙江、云南、山东、湖北等多省市在6月份陆续推出旅游消费券,将进一步推动旅游市场复苏。

视觉中国 供图