观察

把握旅游市场新需求 积极培育行业新职业

“研学旅行指导师”和“民宿管家”作为新职业进行公示，仅仅是新职业向科学化、专业化发展迈出的第一步，当务之急是要积极做好引导培育工作，让新职业既能走得稳，也能走得好

□ 王昆欣

近日，人力资源和社会保障部向社会公示了18个新职业，这些新职业将纳入新版《中华人民共和国职业分类大典》，成为我国职业分类中的新成员。在这18个新职业中“研学旅行指导师”和“民宿管家”与旅游业密切相关，反映了旅游业发展新的趋势和变化，需要业界高度关注。

一是反映了旅游业细化发展的新市场。本次公示的旅游领域新职业占新职业总数比例超过10%，一定程度上反映了当前经济社会发展对研学旅行、民宿等旅游产品的旺盛需求，也体现了研学旅行和民宿成为满足人民群众美好生活需要、获得高质量旅游体验的重要选择。

从旅游业发展实践看，研学旅行与民宿发展经历了从小众服务到大众需求的过程，消费群体将不断壮大。早期，研学旅行是相对小众高端的产品，多为国内学校与国外高校合作推出的出境游学产品，甚至只是将国外高校作为旅游线路中的一站，便可冠以研学旅行的名义向市场推出。而民宿在早期更多是一些背包客的“特权”，无论是居住环境还是服务品质远远不能和星级酒店相比。

时至今日，研学旅行作为“读万卷书、行万里路”的最佳诠释，已经进入万千百姓家庭之中，成为诸多学校推进素质教育的重要内容，大自然、博物馆、各种文化和历史遗存遗址等都可以纳入研学旅行的目的地，乡村游、红色旅游等也可与研学旅行深度融合，产品延展性得到了极大增强。民宿更是成为高端出游的典型代表，如今年端午假期，北京本地游的热度直接推高了延庆等郊区民宿价格，有的民宿从五一期间的包院每天1800元左右涨到了3000多元。可以发现，新职业的设立，其背后是旅游业市场需求的个性化、精细化、品质化发展，是市场需求的内生驱动。

二是体现了旅游业规范发展的新要求。将研学旅行指导师、民宿管家列为国家新职业，与以往产业工作岗位要求相比，内涵有了新的变化，将对促进旅游新业态规范发展发挥积极作用。

从新职业定义看，公示中明确，研学旅行指导师是“策划、制订、实施研学旅行方案，组织、指导开展研学体验活动的人员”，民宿管家是“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”。而以往的岗位定义存在着众多差异甚至误区，如有人认为研学旅行指导师就是导游，有人认为民宿管家就是保洁员。事实上，研学旅行指导师和民宿管家的工作要求和内容与导游、保洁员可能有交集，但绝非可替代。

从新职业职责看，公示中还明确了主要工作任务，对下一步产业规范化发展提出了客观要求。研学旅行指导师的主要工作任务涉及收集信息、开发项目、编制研学方案计划、解读方案检查准备情况、组织协调指导研学活动开展、收集记录分析反馈相关信息等六个方面；民宿管家的主要工作任务涉及策划体验活动、个性化服务、协调员工提供服务、检查项目服务质量、分析控制运维成本、维护客户关系、制订应急预案实施安全管理等七个方面。明确职业的主要工作任务，可以有效界定职业范畴，清晰权责界限，提升职业的专业性，有助于从业者进行恰当的职业选择和职业生涯规划。

三是提出了培育新岗位的新需求。公示仅仅是新职业向科学化、专业化发展迈出的第一步，当务之急是积极做好引导培育工作，让新职业既能走得稳，也能走得好。

首先，要加强引导。加强标准化建设引导，文化和旅游、人力资源和社会保障部门应积极行动，主动研究和出台新职业的行业标准、职业标准、知识和技能要求、等级评定办法等，发挥标准引导作用，为新职业明确发展方向。同时也要加强管理引导，出台对应的职业道德规范等管理制度，强化相关法律法规建设，促使行业形成良性竞争。对新职业人才而言还要加强成长引导，为人才留足成长空间，明确职业发展路径，打通新职业人才晋升渠道。

其次，要注重宣传。新职业发布初期，社会知晓度、认可度、参与度相对较低。要加强宣传力度，对行业、职业、标准和政策等方面进行重点宣传，让新职业真正进入公众视野，努力形成新职业人才培养、就业、成长的良好环境，让新职业真正“热起来”。

最后，要加强人才培养。人才培养要从多方面入手，重点可以从以下两个方面：一方面是强化旅游院校新职业人才培养，2021年教育部颁布了《职业教育专业目录（2021年）》，新版目录已经增设了“研学旅行管理与服务”和“民宿管理与运营”专业，一些旅游职业院校已针对新职业着手开设相应课程和专业。新专业的设置要注意科学合理，避免一窝蜂、同质化竞争。另一方面是加强从业者培训，规范培训市场和培训内容，传授真正实用的知识与技能，让转型新职业的从业人员能够尽快熟悉新岗位，掌握新技能，开展新服务。未来还要注重复合型、高层次人才培养，积极构建金字塔型人才梯队。

创新旅游推广方式 助力暑期市场复苏

□ 杨劲松

近日，文化和旅游部以“美丽中国·美好生活”为主题，启动2022年国内旅游推广活动。这是在扎实做好常态化疫情防控前提下，引导各地顺应“微旅游”“微度假”等旅游市场趋势变化，创新旅游推广方式，强化消费和供给之间的适配对接，更好引导和促进旅游业恢复发展，系统推进行业助企纾困工作的一次创新尝试。

随着疫情防控形势持续向好，国内旅游市场出现加快复苏势头。特别是跨省旅游“熔断”机制调整后，多地跨省团队旅游有序恢复，有望为即将到来的暑期旅游市场注入活力和动力。笔者认为，如何有效地恢复游客和市场主体信心，更好地为市场复苏积蓄力量，是旅游管理部门以及业界关注的现实课题。在此背景下，启动国内旅游推广活动正当其时。要使宣传推广活动产生预期效果，需要从以下几方面着力：

一是在树立信心、保持信心和强化信心上有所作为。要从宣传推广入手，选择城市旅游休闲圈为切入点，挖掘近程旅游休闲潜力。在做好安全保障工作前提下，抓住夏季时间节点，根据亲子研学、休闲度假、清凉避暑等细分市场需求推出形式多样、内容丰富的活动，用市场牵引供给，打造热点爆点，刺激市场主体活力。此次活动中，微博平台推出了“城市巡游记”专项推广活动，通过联动旅游行业蓝V、旅游等领域橙V及普通用户，共同聚焦探索“旅游+”跨界融合新模式，助力打造城市旅游的新吸引力，同时联动“100+”各省区市文化和旅游部门、景区、酒店、OTA、媒体等蓝V用户，分享城市特色旅行体验。借助微博等平台，旅游市场热门话题和事件热度有望不断攀升，旅游市场关注度也将随之提升。

二是在做好疫情防控上下功夫。要按照国务院联防联控机制工作部署，紧密关注疫情形势，科学精准实施跨省旅游“熔断”机制。旅行社、景区、酒店、民宿等旅游企业要严格执行各项疫情防控要求和操作流程，从自身做起担当疫情防控主体责任。有关部门可以利用大数据资源，对包括国内旅游推广活动在内的市场活动进行监控，预先识别和规避风险，提升需求和供给匹配的确定性和稳定性。此次国内旅游推广活动为市场主体开展业务提供了良好的社会氛围，但也要充分评估常态化疫情防控下的市场恢复程度和面临的风险因素。

三是在系统推进助企纾困政策落实上下功夫。近期，国家和各地相继出台了系列助企纾困政策，为旅游行业恢复发展创造了良好的政策环境。如经国务院同意，国家发改委、财政部、文化和旅游部等十四部门联合印发的《关于促进服务业领域困难行业恢复发展的若干政策》，围绕加大减税降费力度、降低融资成本、加大纾困资金支持、加强生产要素保障、支持中小微企业稳岗扩岗、保障中小企业款项支付以及扩大市场需求等方面强化政策协同。旅游业作为服务业领域困难行业，受疫情影响严重，需要下大力气落实相关助企纾困政策。市场推广活动应与其他助企纾困政策充分协同，互为补充，形成合力。在市场激活和扩展上，国内旅游推广活动可以与发放地方消费券、举办节庆活动等消费促进行动有机结合，形成政策叠加效应。鼓励地方对企业在疫情防控方面的支出给予财政补贴支持和专项贴息，及时提供纾困补贴和稳岗补贴，探索更简便的支持获取途径，如“免申即享”“无接触办理”等。

从这个意义上看，开展国内旅游推广活动不仅可以帮助旅游企业及时抓住市场机遇加快复苏，也有利于激发市场主体提供有效产品供给的热情。

（作者单位：中国旅游研究院）

时评

创新管理引导方式 规范剧本娱乐活动

以未成年人保护为切入口，加强剧本娱乐经营场所管理，关键在于创新监管方式。要加强从业人员管理和引导，用监管力量帮助行业去除隐患，促进行业健康发展

□ 丁慎毅

近日，文化和旅游部、公安部、住房和城乡建设部、应急管理部、市场监管总局五部门联合发布《关于加强剧本娱乐经营场所管理的通知》（以下简称《通知》），将线下剧本杀和密室逃脱作为剧本娱乐经营场所新业态统一纳入监管。在加强未成年人保护方面，《通知》明确，剧本娱乐经营场所使用的剧本脚本应当设置适龄提示，标明适龄范围；设置的场景不适宜未成年人的，应当在显著位置予以提示，并不得允许未成年人进入。剧本娱乐经营场所应当采取措施防止未成年人沉迷。除国家法定节假日、休息日及寒暑假期外，剧本娱乐经营场所不得向未成年人提供剧本娱乐活动。

去年，艾媒咨询发布的《2021年中国剧本杀行业发展现状及市场调研分析报告》显示，10岁至19岁城镇人口是剧本杀行业潜在消费人群。今年“3·15”国际消费者权益日，《南方都市报》聚焦剧本娱乐内容合规问题开展问卷调查。调查显示，体验过剧本娱乐的受访者中，有50%的玩家表示，遇到过未成年人玩家，只有2%的剧本娱乐玩家被核实过是否成年，其余绝大多数玩家从未经历过被店家核实年龄的情况。

针对现实情况，相比今年4月五部门联合发布的《关于规范剧本娱乐经营活动的通知（征求意见稿）》，此次《通知》及有关部门的政策解读，在未成年人保护方面增加了“剧本娱乐经营场所应当采取措施防止未成年人沉迷”，同时在全国范围将剧本杀、密室逃脱等剧本娱乐经营场所新业态纳入管理。其中明确，坚持正面引导和加强监管并重，建立内容自审制度，要求经营场所对剧本脚本以及表演、场景、道具、服饰等进行内容自审。剧本娱乐经营活动不得含有《中华人民共和国未成年人保护法》《娱乐场所管理条例》《营业性演出管理条例》等法律法规禁止的内容。

以未成年人保护为切入口，加强剧本娱乐经营场所管理，关键在于创新监管方式。要加强从业人员管理和引导，用监管力量帮助行业去除隐患，促进行业健康发展。

为此，《通知》在征求意见稿基础上，吸收了社会各界的建议，除了建立协同监管机制，还增加了“创新监管方式”，明确要求摒弃传统的准入管理，实施告知性备案管理，监管重点从传统的事前审批转向事中事后监管，创新并简化优化备案程序，坚持“放管结合”。

事中事后监管可以压实经营场所责任，但并不意味着事前监管会放松。如果玩家有心欺骗、刻意隐瞒、提供虚假信息，店家也无法做到真实信息的核对。这就需要以制度化要求店家统一安装刷身份证设备，让门店可以调取真实信息。同时，适合未成年人的优秀剧本，可探索向政府定制、企业定制的方式，可以设置“青少年剧本娱乐作品优秀奖”等专项奖，鼓励社会各界创作多元化的作品。

事实上，近年来，已经有不少针对未成年用户的儿童剧本游戏、红色剧本杀出炉。例如，去年12月，广东深圳一社区和学校推广原创禁毒教育剧本《深渊》，在悬疑和推理元素的基础上，融入揭示毒品严重危害性的教育意义，让青少年在玩游戏的过程中深刻认识吸毒带来的危害，寓教于乐；上海市闵行区人民检察院发布的全市首个抗疫主题沉浸式法治“剧本杀”——“牛肉失踪之谜”也很有教育意义。该剧本的主要情节是疫情防控期间，闵家的物资被偷了，玩家需扮演一名退休检察官“童未闵”，通过询问人物、收集线索推理寻找“小偷”。

随着“双减”政策实施，一些教培企业也将目光转向教育剧本杀，探索开发历史、物理等“知识剧本杀”。这些剧本将学习和游戏相结合，其中不乏优秀的作品，然而对于相关剧本的审查却不能放松。

《通知》提出，设置政策过渡期，引导剧本娱乐经营场所利用一年的政策过渡期，开展自查自纠实现合规化经营。期待在过渡期内，各方携手努力，让剧本娱乐给青少年更多选择权，让剧本娱乐日臻完善、行稳致远。

声音

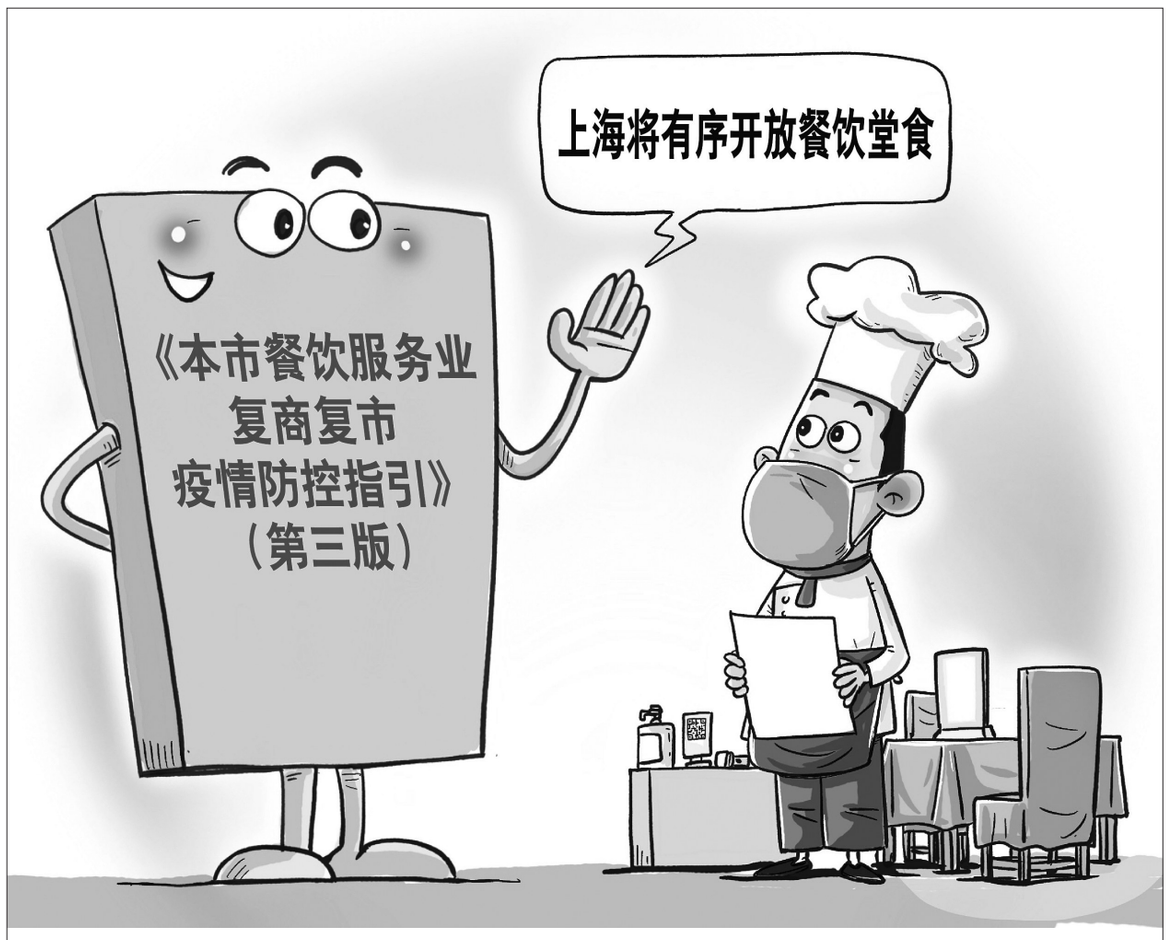
“让民众重新感受到晚上逛街、进店夜宵的美好，让其坚定信心、强化预期敢于消费、乐于消费”

——为促进“夜经济”，激发地区经济活力，近期多个地方政府官员走上街头，带头消费，活跃“夜经济”。对此，光明网发表评论指出，应该说，这种“带头示范”的作用是立竿见影的。一方面直观表明当地疫情防控基本面稳定，另一方面也是对市井烟火、市民生活的力挺。毋庸讳言，一些地方层层加码，以防疫之名阻碍公众正常消费的情况还客观存在。官员上街“撸串”，释放出对餐饮消费的重视，也是一种信号的传递。

“景区千万不能再有躺着挣钱的幻想，而是要坚定不移地推进迭代发展，切实提高抗风险能力”

——《北京青年报》近日发表评论指出，当前，融合时尚、科技、艺术、体育、文化、休闲、运动等因素的旅游方式成为游客的新宠。很多景区进行全流程价值升级，致力于沉浸式产品供给、个性化服务设计、智能化服务改造，瞄准目标群体的二次消费。现在的门票免费，更多起到了“引流”的效果。景区免费不只是一道“减法”题，背后有着一系列“加法”在支撑。如果自身条件不具备，情急之下“一拥而上”，当然有可能陷入吃力不讨好的困境。

（本版编辑 龚立仁 整理）



上海餐饮业有序恢复堂食

日前召开的上海市新冠肺炎疫情防控新闻发布会宣布，6月29日起，辖区内无中风险地区且近一周内无社会面疫情的街镇，将有序放开餐饮堂食。上海市商务委二级巡视员赖晓宜介绍，根据最新发布的《本市餐饮服务业复商复市疫情防控指引》（第三版），上海将实行堂食服务备案管理。餐饮企业向区防控办报备，经相关监管部门检查评估后，可恢复堂食。 人民视觉 供图

来论

给创意市集插上品牌翅膀

□ 李英锋

不久前，山东青岛规模最大的创意市集之一“星星市集”在纺织谷开市，掐丝珐琅、手工布艺、珍珠饰品、剪纸雕刻……一件件精美的手工艺品与复古的德式工业厂房形成鲜明的视觉冲击，吸引了大批年轻人前来“打卡”。随着暑期的到来，上海、北京、天津等地也相继推出了独具特色的创意市集，掀起了一股“赶集”风潮，更为疫情下的城市平添了几分烟火气。

创意市集是一种在特定场地展示、售卖个人原创手工作品和收藏品的文化艺术活动，因其参与门槛较低、商品时尚多样，成为颇受青年群体喜爱的社交、消费新模式。

创意市集与城市的街景环境融合在一起，成了一种独特的商业风景。创意市集是经济新业态、市场新形式，是创业的新平台、新载体，为一些巧手“创客”提供了集中展示才艺、销售手工艺品或收藏品的空间和机会，也帮“创客”吸引了流量和顾客资源，为“创客”发展积累了人气、提供了支撑。同时，创意市集还拉近了人们之间的距离，增进了人们之间的交流，为消费者带来了消费新体验、新品味、新乐趣。

其实，很多在创意市集上摆摊的“创客”都是民间手艺人，有的“创客”还是非遗传承人。创意市集的兴旺发展，能够让更多人接触、喜欢上民俗文化和非遗，有利于培育民俗文化和非遗生存发展的土壤和环境，进而促进非遗的保护和传承。

对于创意市集，政府应该秉持鼓励支持的态度，加强秩序维护和服务引导。令人欣慰的是，近年来，不少地方已经把创意市集纳入了城市管理规划，为创意市集解决场地等硬件问题，北京、上海等地还从位置、环境、监管等方面出台市集管理规范。这些服务措施为创意市集有序发展奠定了良好基础，提供了一定保障。

值得注意的是，随着创意市集的火爆，创意市集的原创作品减少、同质化现象日益严重，低价竞争、抄袭侵权等问题也随之而来。有些艺人打造一件手工艺品，要走很多道工序，消耗不少时间和经济等成本，但由于手工艺品不是品牌产品，难以得到消费者较高的心理认同，难以卖出高价。究其原因是原创手工艺品没有品牌附加值，影响了手工艺品的市场价值和市场知名度，压缩了手工艺品的利润空间，拉低了艺人原创的积极性。

创意是创意市集的灵魂和卖点，是创意市集区别于普通市集的最显著特征。各地政府和有关监管部门应以上述问题为导向，积极引导创意市集上的艺人为手工艺品申请专利、注册商标，给手工艺品涂上一层法律保护色。有了专利、商标的加持，艺人手工艺品的独特性、专有性就能得到法律保护，手工艺品才能获得更高的市场认可度，具备更强的市场竞争力，进而卖出更高的价格。如此，艺人得到了更多回报，自然就会产生更强的原创意愿和动力，保护和传承民俗文化才能进入良性循环。

随着“放管服”改革的持续深入，申请专利、注册商标的手续越来越便捷，成本越来越低，各地应面向创意市集的艺人做好有关申办专利、商标的宣传、培训、教育、对接等工作，让艺人们充分认识品牌保护的重要性，帮助他们找准创意品牌，引导创意市集走品牌发展之路，给创意市集插上品牌翅膀。