

时评

红色旅游当下有为 未来可期

党的十八大以来,文化和旅游部深入贯彻落实习近平总书记重要指示批示精神,推动我国红色旅游进入高质量发展新阶段。红色旅游在国家宏大叙事体系、思想教育体系和产业发展体系之中,扮演着重要角色、发挥了积极作用,成为更好构筑中国精神、中国价值、中国力量的重要实践

□ 特约评论员 银元

近日,中共中央宣传部举行“中国这十年”系列主题新闻发布会,介绍推动新时代文化和旅游高质量发展有关情况。发布会上,文化和旅游部有关负责人表示,红色旅游是十年来旅游业发展的三大亮点之一。

党的十八大以来,文化和旅游部深入贯彻落实习近平总书记重要指示批示精神,推动我国红色旅游进入高质量发展新阶段。红色旅游在国家宏大叙事体系、思想教育体系和产业发展体系之中扮演着重要角色、发挥了积极作用,成为更好构筑中国精神、中国价值、中国力量的重要实践。

红色旅游与乡村旅游、休闲度假旅游共同成为十年来旅游业发展亮点,是党和国家高度重视发展红色旅游的结果,也是人民群众通过红色旅游重温峥嵘岁月、见证伟大成就、汲

取精神力量的自觉行为,体现了人民群众对英雄事迹、革命传统、红色精神的高度认同,折射出红色旅游在加强思想教育、传承红色基因方面的独特价值。

从资源保护和利用来看,实践证明,发展红色旅游是展示和活化红色资源的有效方式。近年来,在国家文化公园建设、文化和旅游部推出“建党百年红色旅游百条精品线路”等的带动下,红色旅游资源跨区域整合的力度进一步加强,广袤中华大地上星罗棋布的红色资源,正在转化为成为一个个寓教于游的红色景区。越来越多的红色遗迹遗址、革命文物、红色故事,通过红色旅游、红色研学等方式和载体,得到了有效保护和科学利用,进一步拓展了红色文化的传播范围和影响力。

从产品供给来看,红色旅游以独特的视角和灵活的方式,构建了特色

鲜明、形式多样的产品体系,全面回溯和生动展示了党领导人民群众的光荣历程和非凡成就。全国红色旅游经典景区从100处扩展到300处,形成了全面反映新民主主义革命、社会主义革命和建设、改革开放和社会主义现代化建设、新时代中国特色社会主义4个历史时期成就的红色旅游经典景区体系。各地立足当地红色旅游资源,综合运用动画、AR、VR等新技术,创新打造了一系列红色旅游主题产品、体验项目、演艺活动等,进一步丰富了红色旅游产品类型、体验场景,为广大党员开展党史学习教育、加强党性修养提供了有效载体,成为广大干部群众特别是青少年传承红色基因、接受红色精神洗礼的生动课堂。

从市场需求来看,人民群众参与红色旅游的热度不断攀升。红色旅游接待规模不断扩大,从2004年到2019年,每年参加红色旅游的人次从1.4亿

增长到14.1亿。近年,红色旅游接待游客年均增长率超过11%。同时,红色旅游游客类型日益多元,游客结构不断优化,并呈现出“青年化”特点。据有关研究显示,2020年参加红色旅游的游客中,25岁及以下的中青年约占50%。红色旅游迅猛发展,进一步壮大了红色基因传承的群众基础和市场基础,为凝聚感恩奋进力量提供了有效载体和可行途径,是红色旅游教育功能和成效的生动展现。

红色旅游作为国家重大政治工程、文化工程、富民工程和民心工程,当下有为,未来可期。

新时代推进红色旅游高质量发展,应进一步彰显红色旅游政治属性,坚守红色底色,增强红色旅游感染力,更好地适应爱国主义和革命传统教育大众化、常态化要求,更好发挥红色旅游综合带动作用 and 多重功能,彰显红色旅游独特价值和魅力。

话题汇 • 推动文旅融合发展

丰富优质旅游供给 推动文旅深度融合

□ 王昆欣

近日,中共中央办公厅、国务院办公厅印发了《“十四五”文化发展规划》(以下简称《规划》),为今后五年我国文化发展明确了方向、指明了路径。《规划》中共有76处提到“旅游”,其中53处出现在“推动文化和旅游融合发展”部分,这其中又有超过一半表述集中在“丰富优质旅游供给”部分。这在很大程度上反映了丰富优质旅游供给对推动文旅融合发展的重要意义。

旅游业是一条串联了“吃住行游购娱”的超长产业链,旅游供给的提升是多层次、多指向、全行业的提升。丰富优质旅游供给,不仅是在游客和市场之间架起一座以文塑旅、以旅彰文的互交桥梁,也为推动文化和旅游在更广范围、更深层次、更高水平上融合发展提供了一条有效途径,将对促进旅游业供给侧结构性改革发挥积极作用。

笔者认为,丰富优质旅游供给可以从旅游产品的向外延伸、向内突破、提升内涵、打造品牌等4个方面重点关注。

一是抓住旅游供给向外延伸的机遇。《规划》提出,“推动旅游与现代生产生活有机结合,加快发展度假休闲旅游、康养旅游、研学实践活动等”。大众旅游时代,人民群众的旅游需求

呈现多样化、个性化等特点,对新鲜感的追求更加明显。优质旅游供给要立足市场需求,积极与不同行业、产业结合,进一步细分市场群体,进一步提升品质,努力抓住发展先机。

首先,要关注产品供给在不同行业上的结合,做好“旅游+”文章。如山西大同、太原等地将老矿区开发为旅游景区,通过地质景观、矿井体验、工业科普等将工业遗址和旅游结合,拓宽了旅游供给的领域,对一些喜爱工业的游客和研学群体产生吸引力。

其次,在形式上注重整合行业资源实现合作共赢的同时,还要注意旅游产品在具体落脚点上的结合,即要有真正可以让游客愿意消费、能够消费、持续消费的跨行业、跨专业、跨领域的产品,进而达到“1+1>2”的效果。如吉林省通化、白山、吉林等地将红色旅游资源与工业遗址、冰雪运动相结合,为游客打造出更丰富、更多元的旅游体验。

二是找到旅游供给向内突破的关键点。丰富优质旅游供给,不仅要让游客有更多的可选择产品,还要紧扣“优质”要求,实现旅游产品的内在品质提档升级。其中最关键的因素在于人才,尤其要加强3类人才的培养和使用:第一类是具有先进服务理念的管理人才,这是旅游高质量发展的前提,是优质旅游供给的领军人物;第

二类是专业的产品策划设计人才,他们可以提供优质旅游供给创意,激发游客的消费潜能;第三类是一线服务人才,这是游客能否获得高品质出游体验的最直接因素,也是丰富优质旅游供给的基础。

除了人才以外,资金、技术也是旅游供给向内突破的重要因素。尤其在资金方面,绝对不能以牺牲环境为代价吸引投资,不能将目光仅仅局限在短期收益,而是要牢固树立“绿水青山就是金山银山”理念,以改善营商环境吸引资金,以真诚守信赢得投资,不断完善管理制度,规范市场经营行为,真正让那些愿意且能够提供优质旅游供给的企业投资者、经营者放心投资、安心经营。

三是不断提高旅游产品的文化内涵。注重旅游产品的精神内涵建设是《规划》的重要内容。从实践看,在深入推进文旅融合的背景下,市场上已经出现了许多既富有文化内涵,又兼具休闲、娱乐功能的旅游产品,但发展不平衡、不充分问题依然突出。

优质旅游供给要紧跟人民群众日益增长的精神文化生活需求,培育和弘扬社会主义核心价值观,传播中华优秀传统文化。如红色旅游、研学旅游、乡村旅游等产品供给,要深入挖掘产品的文化内涵,立意要高,产品要实,精神内涵转化要准。

以研学旅游为例,随着科技的发展,中小學生接受知识和信息的渠道越来越宽、认知水平逐步提高,这就倒逼研学旅游产品从以往简单的游览、讲解模式,向多元素嵌入、多维度体验、“实践+理论”同步提升的模式转变。如浙江省开展的文化基因解码工程,就为赋能文旅融合发展、丰富旅游产品文化内涵提供了新的活力。

四是打造旅游供给的品牌美誉度。旅游供给是否优质,决定权在于市场、在于游客。市场的认可、游客的口碑是旅游产品市场竞争的最有力证明,是旅游供给质量评价的最重要指标。

打造旅游供给品牌美誉度是丰富优质旅游供给的重要环节。一方面要加强宣传创新,根据不同游客群体开展针对性、个性化、特色化营销,寻找旅游供给突破口,如可组织一些优秀的导游、讲解员、地方文化专家等,多形式、多元化、多方位宣传当地的旅游产品、民俗特色,带动当地旅游经济发展。另一方面要重视加强游客的评价反馈,持续开展游客满意度调查,畅通反馈渠道,保证游客的意见得到及时有效的反馈和处理。

“金杯银杯不如老百姓的口碑。”只有拥有良好的社会美誉度,才是真正的优质旅游供给,才能切实有力地推动文旅融合高质量发展。

观察

乡村旅游为“山水间的家”赋能

□ 曾博伟

由中央广播电视总台、文化和旅游部联合摄制的大型文旅探访节目《山水间的家》于8月27日起每周六20时在央视一套播出。一座座山美、水美、情更美的村庄,通过大力发展乡村旅游实现了巨变,让人不由得感叹乡村旅游发展对于促进乡村振兴发挥的重要作用。

首先,乡村旅游让“山水间的家”更加美丽。良好的生态环境是广大乡村的重要优势和宝贵财富。在乡村旅游没有发展起来之前,乡村的美景只能是“养在深闺人未识”。随着乡村旅游的快速发展,越来越多的游客开始发现乡村之美。同时,越来越多的村民更加自觉地将生态保护和乡村旅游发展有机结合起来,通过乡村旅游强化了生态保护机制,并将旅游业发展成了展示乡村生态文明建设成果的重要窗口。

以浙江安吉余村为例,通过环境整治和发展旅游,该村从20世纪90年代的采石村、环境污染村变成全国乡村旅游重点村、首批联合国世界旅游组织“最佳旅游乡村”,生动地诠释了旅游业在乡村美化和智力资源中的独特作用。通过乡村旅游这棵“点金棒”,让绿水青山向金山银山的跨越得以实现。

近年来,各地通过发展乡村旅游,规划实施“绿化”“美化”等措施,将乡村建设成为生态宜居、富裕繁荣、和谐发展的美丽家园。同时,各地为发展乡村旅游,结合乡村振兴基础设施投资,实施垃圾集中处理、污水综合治理、卫生改厕、村道硬化等项目建设和村庄绿化美化、亮化工程,取得了明显成效,“山水间的家”在乡村旅游推动下正变得越来越美。

其次,乡村旅游让“山水间的家”更加富裕。产业发展是乡村振兴的重要前提。没有产业支撑乡村振兴,没有产业发展创造更多的就业岗位,仅靠国家财政资金投入来改善乡村环境,乡村振兴难以持续。正因为如此,“产业兴旺”才被称为乡村振兴二十字方针的第一条。鉴于仅靠农业和工业很难实现乡村产业兴旺,而伴随中国从工业化中后期向后工业化社会跃进,中央越来越关注第三产业特别是乡村旅游在乡村经济发展中的重要作用。党的十八大以来,乡村旅游产业规模不断扩大,为乡村振兴注入了不竭的产业动力。2019年,全国乡村旅游接待人次超过30亿,乡村旅游接待总收入达1.81万亿元。

乡村旅游的发展,为农村经济找到了新的出路,在助力农民增收致富特别是脱贫攻坚上发挥了突出作用。以贵州平坡村为例,这里的村民个个都是艺术家,乡村旅游让“平坡苗族农民画”变成畅销的旅游商品,给热爱艺术的村民增加了一份实实在在的收入。正是通过发展乡村旅游,让越来越多“山水间的家”告别了贫穷落后,走上了致富之路。

再次,乡村旅游让“山水间的家”更有生气。在过去以城镇化为主导的发展模式下,大量农村居民前往城镇工作,在解决农村剩余劳动力就业问题的同时,也造成了大量乡村“空心化”。而伴随着技术的进步,单位投资吸纳就业数量开始减少,城镇化为农村居民提供的就业岗位越来越少。在城镇化高峰时期,一年有800多万农民工进城务工。到2018年,进城农民工数量比上年减少204万。可以预见,未来城镇化的收入人口提供的就业空间将越来越小。这就需要为农村居民的就业创业寻找新的机会。

近年来,乡村旅游发展如火如荼,一大批外出务工农民回到家乡,自主创业,发展乡村民宿、提供乡村美食、销售乡村土特产品,在乡村旅游企业就业,获得了一份稳定收入,在离土不离乡的前提下,获得了发展机会。而这些返乡农民的回归,也让乡村重新焕发了生机。

此外,乡村旅游发达的地区甚至开始出现“逆城市化”现象,数以万计的下乡双创人员到乡村投资和经营旅游业,为乡村发展注入资本和智力资源。以安徽西递村为例,因为乡村旅游的快速发展,越来越多的人到这里定居、工作和旅游,古朴的小村庄因此焕发出崭新的生命力。可以说,乡村旅游让“山水间的家”不再冷冷清清,呈现出一派繁荣景象。

最后,乡村旅游让“山水间的家”更具活力。乡村旅游发展不仅给“山水间的家”带来了更高的经济收入、更多的就业岗位、更优美的自然环境,同时也增强了农村基层党组织的战斗力 and 凝聚力。乡村旅游发展为农村基层党组织引领乡村振兴工作提供了有力抓手。乡村旅游健康有序发展推动了农村基层党组织的核心领导力进一步提升,政策宣传力进一步提升、政策执行力进一步强化、组织动员力进一步提升,为农村基层党组织持续健康发展提供了重要的政治舞台。

在乡村旅游发展中,一批优秀的经营能手、宣传能手、工艺人才、文艺骨干、管理人才得以涌现,这批人进入农村基层党组织,有助于激发党组织活力,提升党组织工作效力。此外,乡村旅游发展还可以为村民参与乡村建设提供现实渠道,这有助于增强村民的主人翁意识,提高村民参与乡村治理的积极性,增强农村自治组织的力量,进而推动农村自治组织振兴。如江苏马庄村将党建与文化、旅游、富民等重点工作相结合,由过去贫穷落后的小村庄蜕变为全国乡村旅游重点村。

乡村旅游为乡村制度变革、组织振兴提供了重要契机,促进了体制机制的完善,也让更多“山水间的家”充满了持续发展的活力。

(作者单位:北京联合大学旅游学院)

让文明参观成为博物馆的美丽风景

□ 房清江

“我想仔细观看一件文物的细节,旁边钻过来几个小孩,一个大人在旁边解说,几个小孩就跳着搭腔,脑子都要炸了。”近日,在上海博物馆观看展览的市民何先生遇上了带着孩子展展的家庭,他将这段经历发在社交媒体上,引发了不小的争议。不少人与何先生感受相同,认为低龄孩子并不适合观看需要门槛的博物馆展览,甚至有人建议博物馆规定“14岁以下免进”;但也有有人认为,孩子不可能像大人一样控制言行,“只要没有损害展品的过分举动,就应适当容忍”。

一些观众之所以建议对孩子进博物馆设置年龄限制,其中一个主要因素是担心“熊孩子”影响场所秩序以及博物馆文物展品安全。此外,参观博物馆需要一定的文化知识底蕴,孩子年龄小,很多东西既看不懂也听不明白,受益有限。

表面上看,这些观点有几分道理,但总的来说,仍有失偏颇。博物馆作为公益文化场所,最重要的是要发挥教育功能,这种教育并不止于知识层面,而是更为广泛的文化氛围熏陶与文明素养培育。换言之,让孩子接近展品,真实感受其所蕴含的文化气息,进而拓宽视野、培育兴趣,本身就是一种学习的过程。如若设置过高的门槛,甚至一刀切,无疑是因噎废食。

笔者认为,“熊孩子”参观博物馆引发争议,更加凸显了文明教育的必要性。“熊孩子”文明素养的缺失,有这个年龄阶段孩子好动、好奇、自控能力弱的因素,也有家庭、学校、社会等方面文明教育引导缺失的原因。博物馆是文化文明引领和培育的主阵地,不能以文明为由将孩子拒之门外,而是要采取多种手段加强青少年素质教育。

首先,细化青少年儿童参观的规则规范。如明确14岁以下孩子参观博物馆必须由监护人陪同,制定青少年儿童参观文明公约,向监护人及孩子做好文明提示。

其次,细化场所对青少年文化服务。青少年的视野与兴趣点与成年人有很大的区别,需要讲好属于他们的“文物故事”,有条件的可以开设青少年展览专题,提升孩子们的兴趣度与参与度。

最后,细化文化场所的秩序管理。如博物馆分时分区域针对孩子开放,并配套与之相适应的安全防范与制止不文明行为教育机制。

总之,要千方百计让博物馆等公共文化场所成为文化与文明的严肃场所,培育公民良好的文明素质。相信在不远的将来,“熊孩子闹馆”的现象会越来越少,文明参观也会成为文博场所的一道美丽风景。



8月26日,国家税务总局发布数据显示,4月1日大规模增值税留抵退税政策实施以来,截至8月15日,已有20131亿元退税款退到纳税人账上,加上一季度继续实施此前出台的留抵退税老政策1233亿元,已累计有21364亿元退税款退到纳税人账户,大规模留抵退税存量留抵税额集中退还已完成。今年以来,国家和各部门相继出台了一系列助企纾困政策措施,如今年5月,国务院印发《扎实稳住经济的一揽子政策措施》,其中涉及旅游企业的内容就包括按月全额退还增量留抵税额等。

视觉中国 供图

声音

“以业态更新激活历史文化因子,传承好文化传统、生活习俗,让历史文化和现代生活融为一体”

——《人民日报》近日发表题为《延续城市文脉 留住历史记忆》的评论指出,历史文化是城市的灵魂。老城区里,一街一巷都可能承载着历史,一砖一瓦都可能写满了故事。尊重和善待城市中的老建筑,在加强保护的前提下开展城市基础设施建设,更多采用“微改造”的“绣花”功夫,对历史文化街区进行修复,就能在保护和延续城市文脉的基础上,让古老城市焕发新的活力。

“曝光未尝不是一种有价值的提醒和教育,但仅仅曝光或许不足以形成震慑”

——近日,四川汉源轿顶山景区公开曝光“12辆车不顾劝阻碾压高山草甸”一事,引发关注。对此,《法制日报》微信公号发表评论指出,无论是雾霭缭绕的高山草甸,还是灵动鲜明的九寨沟,或是其他生态景区,都是历史的沉淀,是日积月累形成的绝美景观,也是脆弱生态系统的一部分。每一个景点的形成和延续,需要每一位游客的悉心保护。置身自然的怀抱之中,既是一种享受,也是一种责任,不能让无知辜负美景,让无畏践踏底线。

(本版编辑 龚立仁 整理)