

时评

以农民丰收节为契机加快乡村旅游高质量发展

常态化疫情防控下,以乡村旅游为代表的短途周边游备受市民游客青睐,各地要以举办农民丰收节为契机,统筹做好疫情防控和行业发展,推动旅游市场加快恢复重振

□ 特约评论员 王德刚

今年9月23日是第五个农民丰收节。连日来,全国各地举办丰富多彩的活动迎接农民丰收节。农民丰收节是为传承和发展农耕文明、汇聚社会惠农富农力量、增强农民身份自豪感和生活幸福感而设立的节日。

农民丰收节搭建了展示农业发展成果、农村发展面貌、农民现代风采的舞台。在脱贫攻坚战取得全面胜利、全面开启乡村振兴新征程的今天,更要把展示新时代农业、农村、农民的变化发展和进步成果作为节日的重要内容。同时,常态化疫情防控下,以乡村旅游为代表的短途周边游备受市民游客青睐,各地要以举办农民丰收节为契机,统筹做好疫情防控和行业发展,推动旅游市场加快恢复重振。

党的十八大以来,国家层面上高度重视“三农”工作,形成了从精准扶贫、乡村振兴到美丽乡村建设系统化促进“三农”全面发展的战略体系,逐

步构建起了完善的现代农业经济体系、现代乡村治理体系,让广大农民有了前所未有的身份自豪感和生活幸福感。这既得益于在国家战略支持下农业经济的发展和乡村社会的进步,更得益于在新的农业经济和乡村环境中,农民自身身份、形象和地位的提升变化。在这一过程中,以乡村旅游为代表的新兴乡村服务业和现代乡村产业的兴起发挥了巨大的作用。

首先,乡村旅游发展推动了乡村产业结构优化和现代农村经济体系的构建,为农业和农村发展带来了新活力和新动力。以种植、养殖生产为基础的传统农业,产业结构单一、生产关系相对简单,土地产量和产值有很大的局限性。而以乡村旅游为代表的现代服务业则促进了一二三产业融合发展,给农业和农村注入了新的发展动力和发展活力,有效催化了农村产业结构优化调整,对于推动农村现代经济体系的形成起到了非常重要的促进作用。

新时代的农业丰收已不再是单纯

农产品的高质、高产,而是包括农业采摘、田园休闲、乡村康养、民俗和农耕文化体验、民宿和农家乐微度假以及农产加工、电商销售等多业态内容和形态的综合性大丰收。从这方面来说,农民丰收节也是对各地乡村旅游发展成果的一次集中展示。

其次,乡村旅游发展全面促进了农村环境、乡村风貌的提升,让美丽乡村成为中国农村的现代样态。旅游本身是一种审美消费,发展乡村旅游必然促进农村环境、乡村风貌的美化提升。从经营业户内部的小环境到整个乡村空间的大环境,从环境卫生保洁到环境景观美化,从经营业户对客服务环境到农民自身生活环境,从环境硬件设施到环境管理服务等都因此发生了质的飞跃。

文化和旅游部门多年来持续推进的旅游厕所革命、乡村旅游重点村评选等工作,对美丽乡村建设起到了积极的引领和示范作用。因此,农民丰收节更要展示新时代农村的美丽环境和

和绚丽风采。

最后,乡村旅游发展让长期跟土地打交道的农民更新了知识体系、提高了综合素质、增强了经营能力,实现了传统农民向现代农民的转变。

乡村旅游作为现代乡村服务业的主体,由于其产品生产、目标市场和服务对象的特殊性,其在创意设计、产品开发、管理服务、经营模式创新等方面都需要新知识、新技能的支撑,这在一定程度上倒逼那些原本跟土地打交道的农民必须通过不断学习去更新知识,去掌握新技能,以适应乡村旅游及其他新兴乡村产业的发展。

总之,农民丰收节的举办,既要长期一贯地坚持传承和发展农耕文明的宗旨,又要凸显鲜明的时代特征。在全面推进乡村振兴的新发展阶段,既要把农民丰收节办成展示新时代新农业形象、新农村风貌、新农民风采的重要窗口,也要以举办农民丰收节为契机,深入挖掘乡村文化资源,不断创新产品和业态,加快推动乡村旅游高质量发展。

以全域旅游理念推进文商旅融合

对于文商旅融合,不仅仅要满足大众硬件要求,还要满足大众城市美好生活体验的要求

□ 吴学安

近日,北京市东城区启动“故宫以东”共创计划,中国美术馆、北京人艺、嘉德艺术中心等14家优质企业、文化机构作为“共创合伙人”成员,借助“故宫以东”搭建的业态融合平台开展深度协作,深入推动“文化+”产业融合发展。合作内容涵盖艺术、戏剧、书店、酒店、旅游、金融等行业,为故宫—王府井—隆福寺“文化金三角”塑造一流的文化场域。

随着文化产业的日益兴盛,很多城市开始探索文商旅融合发展模式。商场、购物中心以及商圈等,从原来单一以租赁为主的商业模式向多元

化、多业态发展的商业模式转变,全力打造更多融合性产品及互动场景,在消费升级背景下,致力于通过创新为消费者带来更加丰富的体验。

文商旅融合应立足大都市城市—产业—生活内在关联度,需要基于城市空间特征、顾客消费特点、城市商业基因以及市民生活习惯。文、商、旅三者不可分割——旅是枢纽,解决覆盖半径和流量;商是桥梁,连接流量和诉求;文是底蕴,提高流量的黏性。三者融合需要方向确定、路径清晰、资源持续的商业模式,需要政策、资本、资源融合。

对于文商旅融合,不仅仅要满足大众硬件要求,还要满足大众城市美

好生活体验的要求。例如,2019年,北京王府井百货大楼推出的“和平菓局”沉浸式体验空间,将京城的老胡同进行还原,包括粮油店、理发店、老药铺、绿皮火车等空间以及荷花酥、牛舌饼、京八件等美食,成为北京热门的旅游打卡点之一。

由此可见,只有从场所定位、市场细分、业态差异、商品品质、环境设计等多方面重构城市实体零售业的生态圈和体验链,才可能深度融入城市发展、居民生活升级的主流。

一个成功的文商旅综合体,其核心是充分挖掘自身的文化资源,在此基础上进行集成创新,并创造出独具特色的文化魅力。一方面,讲好文化

提升乡村游品质要注重“适老化”服务

推动乡村游景点“适老化”改造,不仅是促进老年人身心健康、满足老年人健康生活期望的重要内容,也是康养产业发展的需要,更是促进乡村游发展、提升乡村游品质的要求

□ 周荣光

受疫情影响,许多计划在中秋和国庆假期出省旅游的人都转向了近郊游、乡村游。近日,同小区的几位老年朋友在附近几个乡村旅游点游玩后连连称赞“吃得好、玩得好”,同时,吐槽最多的就是“不方便”。原来,景点的公厕虽然干净卫生,但全为蹲位,且隔板上没有安装扶手,让老人如厕时很不方便。

几位老人的遭遇,无疑为提升乡村游水平提出了一个新课题。毋庸讳

言,乡村以其独特的自然环境、田园风光、民俗风情、农耕文化受到众多老年游客的青睐。但是,一些乡村景点在设计和建设旅游设施、组织旅游活动时,多是考虑如何增加客源、提高经济效益,相较而言,在如何接待和服务老年游客方面则考虑较少、准备不足。

我国已经进入老龄化社会,很多地方已经从轻度老龄化迈入中度老龄化,建设“老年友好型社会”任务十分紧迫。从旅游业发展角度讲,“银发族”是一个不可忽视的旅游客源,这

在乡村旅游方面尤为明显。

为此,各地应转变观念,补齐乡村旅游点设施和服务短板,加快对现有设施进行“适老化”改造,使景点多一些“适老化”设施,旅游活动多一些“适老化”特色。譬如,在景点基础设施建设上,除前述提到公厕设计上要“适老化”外,还要考虑老年人容易疲劳的特点,多设立休息设施,多一些休息区;针对老年人腿脚不太方便的特点,在道路修建时要尽量平整,坡度尽可能平缓等。在景点线路设置上,可以辟出专门针对老人的游览

观察

创新保护利用让文物绽放新光彩

要进一步增强保护文化遗产的责任意识,增强对历史文物的敬畏之心,在坚持做好文物保护工作的基础上,促进文物创新性传承和创造性利用

□ 熊海峰 孔璐

文物是中华文明源远流长的实物见证,凝结着专注精益的工匠精神、展现着文明古国的深厚底蕴,是增强民族文化自信、铸牢中华民族共同体意识、建设社会主义文化强国的重要战略载体。8月24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。文化和旅游部有关负责人介绍,党的十八大以来,党和国家高度重视文物保护传承和利用,我国文物事业取得了历史性成就,文化遗产进一步“活起来”,“考古热”“博物馆热”“非遗热”“古籍热”蔚然成风,国潮国风成为年轻人新时尚。

第一,文物保护工作取得重大进展。随着“坚持保护第一”“保护文物也是政绩”等理念深入人心以及摸探“家底”、抢救修复、健全机制等保护策略多管齐下,我国文物资源总量持续扩大,文物保护意识和能力持续增强。十年间,我国公布了两批共5058处全国重点文物保护单位,国家级、省级、市县级文保单位数量分别增加115%、58%、88%。完成了第一次全国可移动文物普查,统计出国有可移动文物1.08亿件(套)。长城、大运河、丝绸之路、传统村落等重大文物保护工程相继竣工,数以万计的馆藏珍贵文物、重要出土文物得到抢救修复。流失文物加速回流,1800余件(套)海外文物得以回归祖国。此外,文物保护体制机制日趋完善。以博物馆为例,我国现已建成主体多元、普惠均等的博物馆体系,截至2021年底,备案博物馆数量达到6183家,免费开放率达到91%。

第二,文物传承形式越来越丰富。从“讲述文物故事”到“创造文物世界”,制作精良、叙述细腻的形象化展示以及多元互动、技术共促的沉浸式体验,让文物走出了严肃庄重的博物馆,蕴含在其中的精神内涵与历史价值得以生动阐释和展现。

2016年《我在故宫修文物》《国家宝藏》等“现象级”节目引发热议,不仅收获全网近亿的播放量,也开启了文物影像传播的新思路。至2022年《唐宫夜宴》火爆大小屏,标志着文博传播已日趋成熟。新媒体的迅猛发展为文物精神传承与传播提供了丰厚的创新土壤,尤其是短视频的运用,让文化遗产更加贴近人们的生活。2021年仅抖音平台就有1.4亿条展示非遗项目的视频,覆盖了将近98%的非遗类目,得到了年轻群体的广泛关注和喜爱。

第三,文物利用途径越来越多。在“让文物活起来”整体思路的指导下,优质文创产品如雨后春笋般涌现,文物利用与旅游等领域深度融合,科技赋能文物彰显全新活力。“为文物祛魅”的故宫文创2017年销售额达到15亿元,至2020年年底,故宫已累计研发服饰、美妆等二十八大大系列14328件(套)文创产品。一花引得万花开。上海博物馆的大克鼎雪糕、河南博物院的考古盲盒、甘肃省博物馆的绿马玩偶……文博文创变得精彩纷呈。以文物为灵感的创意产品正以亲民化姿态走进大众生活。同时,在强大的科技赋能下,数字化展厅、数字博物馆成为文物利用新渠道,布达拉宫直播“云游”一小时收获点赞数超88万。2020年,各级文博机构推出2000多个数字展览,总浏览量超过50亿,极大地满足了疫情防控期间大众观今观古的精神需求。文博旅游、文物研学游也带来了文旅融合的新内容,“博物馆+旅游”成为城市旅游新热点,博物馆成为备受游客青睐的打卡地。

“夫源远者流长,根深者枝茂。”面向未来,我们要进一步增强保护历史文化遗产的责任意识,增强对历史文物的敬畏之心,在坚持做好文物保护工作的基础上,促进文物创新性传承和创造性利用,让文物的时代价值和独特魅力得以充分释放。

一是要坚持以创新理论为指导。习近平总书记强调,让收藏在博物馆里的文物、陈列在广阔大地上的遗产、书写在古籍里的文字都活起来。在实践中,要以习近平总书记关于文物保护利用的一系列重要论述和指示精神为指导,合理阐释好文物的新意蕴与新内涵,不断创新文物保护利用方式,推动文物事业在新阶段实现高质量发展。

二是要坚持以人民为中心。过去十年,我国文物保护利用的各项举措均与人民群众的文化需求密切相关,数字展厅、文博文创丰富了文化产品的供给,流失文物追索、国家文化公园建设等增进了人们的文化自信和民族共同体意识。未来仍需坚持人民立场,真正做到文物保护利用为了人民、依靠人民、成果由人民共享。

三是要坚持以提升治理能力为关键。过去十年,国务院颁布了《博物馆条例》,各地出台了200多部地方性文物保护法规,博物馆法人治理结构不断健全,文博文创促进机制不断完善,有力地推动了文物保护传承与利用。因循守旧只能故步自封,开放包容才能行稳致远。面对新时期文物保护新要求与新挑战,我们仍需锐意改革创新,优化管理体制机制,不断增强文物治理能力,踔厉奋发、勇毅笃行,推动我国文物事业再上新台阶,让文物在新时代绽放出更为璀璨的新光彩。

作者单位:中国传媒大学文化产业管理学院)

新兴运动走红 健身旅游两相宜

□ 关育兵

9月17日是世界骑行日,北京市民樊健骑车从西直门出发,经天安门广场一路向东,最终抵达通州大运河森林公园,全程约40公里。沿途休息时,樊健拍照、录视频分享至微信朋友圈和短视频平台,收获许多点赞。“40公里骑行,重新认识北京城。”

数据显示,今年美团小黄车北京用户年度骑行里程达8.5亿公里,创下10年来新高。不仅组团骑游,水上玩浆板和皮划艇、公园里玩飞盘等新兴运动也在更多城市兴起。

新兴运动兴起与年轻人对新生事物的追捧有关。年轻人求新求异,很容易接受新生事物。正因为如此,原本比较小众、寂寂无闻的飞盘,迅速被更多人接受。调查显示,2021年约有50万人参与飞盘运动。

新兴运动兴起,与运动场地的增加有关。除了少数运动项目,大多数运动都需要一定场地。各地口袋公园、体育公园不断增多,为广大市民提供了越来越多设施完备的运动、休闲场所。截至2021年底,全国建成体育场地397.1万个,体育公园既丰富了城

市绿化空间,也拓展了市民健身和休闲游憩空间。

新兴运动的兴起与生态治理亦有关系。浆板、皮划艇,这些水上运动,是拥有不少爱好者的,但受限于环境,这样的运动往往在沿海城市才能进行。随着生态环境治理力度的加大,水质好转,不少地方也都具备了开展这些运动的条件。比如北京市亮马河、金海湖等水域已可以开展浆板运动,晓月湖已形成春游湖、夏戏水、秋赏景、冬滑冰全季体育旅游新格局。

随着运动设施的完善和政策支持力度加大,一些运动也散发出新魅力。“慢行优先、公交优先、绿色优先”成为许多城市交通发展理念,城市绿道、慢行系统等建设日益完善,“步行+自行车骑行”成为受欢迎的出行方式。一些地方推出了文旅骑行线路,配套提供自行车驿站、游玩导览图等服务,引导鼓励市民游客“慢游”。

新兴运动走红,有力推动了全民运动的深入开展,展示了各地推进宜居、宜游、宜运动城市建设的力度,改善了城市环境,提升了人民生活品质,让城市旅游充满了不一样的情趣和韵味。

国庆假期户外旅游产品受年轻人欢迎

国庆假期临近,某在线旅游平台发布的国庆假期旅游预订情况显示,自然探索、自然野奢、自驾、徒步、摄影、房车等主题类线路产品深受年轻人欢迎。作为今年最后一个长假,国庆假期旅游热度有望达到暑期之后的第二波高峰。受疫情不确定性影响,短程高频、周边深度游和品质游仍是趋势,高档酒店、乡村旅游有望保持较大增长,旅游者的年龄趋于年轻化。

视觉中国 供图

