

以新发展理念指引旅游业发展 为中国式现代化贡献力量

在中国式现代化建设的新阶段,旅游行业要将促进人们的物质富裕和精神富裕作为重要发展目标,以丰富的旅游供给满足人民群众对美好生活多样化、多层次、多方面的需求,不断促进人的全面发展。

□ 吴丽云 向子凝 凌倩

党的二十大报告提出,“以中国式现代化全面推进中华民族伟大复兴”“贯彻新发展理念是新时代我国发展壮大的必由之路”。这为新时期中国经济社会发展明确了目标和路径,也为推动旅游业发展壮大,助力中国式现代化建设提供了新思路和新指引。

一、坚持以人民为中心理念,以旅游供给满足人民对美好生活的向往

党的二十大报告充分体现了“人民至上”的中国式现代化建设理念,报告中105次提及人民,旗帜鲜明地提出“江山就是人民,人民就是江山”,将人民利益放在至高无上的位置,明确了“鼓励共同奋斗创造美好生活,不断实现人民对美好生活的向往”这一兼顾人民群众物质富裕和精神富裕双重目标的中国式现代化建设内容。此前,《中华人民共和国国民经济和社会发展第十四个五年规划和2035年远景目标纲要》明确将“人民生活更加美好,人的全面发展、全体人民共同富裕取得更为明显的实质性进展”作为2035年的远景目标。

在中国式现代化建设的新阶段,旅游行业要将促进人们的物质富裕和精神富裕作为重要发展目标,以丰富的旅游供给满足人民群众对美好生活多样化、多层次、多方面的需求,不断促进人的全面发展。旅游行业要充分发挥关联性和带动性强的特点,带动更多人走向物质富裕。这一点,旅游业过去已有了靓丽的成绩,未来仍可延续。如“十三五”期间,全国有2.26万个贫困村通过发展旅游脱贫致富;2019年,旅游直接和间接就业7987万人,占全国就业总人口的10.31%。

与此同时,旅游业要通过持续的业态、产品和服务创新,为实现人民群众的精神富裕提供充足而丰富的旅游供给。要不断丰富和完善旅游公共产品供给,继续推动国有重点景区门票降价,推动旅游发展,让旅游成为更多人的品质生活选择。要通过公益广告和宣传,将旅游是一种生活方式、成长方式和学习方式的理念更广泛地传播出去,让行万里路成为越来越多人追求自我发展、实现自我提升的新方式,让旅游成为小康社会人民美好生活的刚性

需求、品质生活的必需品,不断满足人民群众对美好生活的向往。

二、坚持高质量发展理念,全面提升旅游业产业链韧性和竞争力

党的二十大报告提出,“高质量发展是全面建设社会主义现代化国家的首要任务”“着力提升产业链供应链韧性和安全水平,着力推进城乡融合和区域协调发展,推进经济实现质的有效提升和量的合理增长”。旅游业是国民经济战略性支柱产业,是中国式现代化建设的重要组成部分。2019年,我国旅游及相关产业增加值4.5万亿元,占GDP的比重为4.56%左右,为国民经济贡献了重要力量。在全面建设社会主义现代化国家的新阶段,提升旅游业的产业链韧性,推动旅游业高质量发展,将成为当下和未来一段时间旅游业发展的重点。

旅游业高质量发展,应进一步优化结构,提升产业链韧性,推进融合发展和区域协调发展,不断提升综合实力和竞争力。要以科技创新、创意创新、融合创新为基础,不断提升旅游产业业态创新、产品创新和服务创新能力,全面提升旅游要素生产率,加快建设现代化旅游产业体系,持续优化旅游产业结构。要加速构建富有韧性的旅游产业链,增强旅游业面临不确定性挑战时的稳定性、适应性和创新性,增强可持续发展能力。旅游产业链韧性培育可从三个方面推进:提升企业创新能力,增强企业面对外部风险的应对能力;推进融合发展,不断扩展产业边界和供给内容,灵活满足持续变化的外部需求;提升旅游业的数字化、智能化水平,以智能化管理提升应对风险的能力,通过数字旅游的创新,开辟旅游发展新赛道,提升发展韧性。

要继续推进旅游与文化、体育、科技、教育、商业、交通、工业、农业等多产业的深度融合,为旅游业发展提供更加丰富的资源、内容、产品、渠道等,不断拓宽旅游产业边界,推动旅游业与关联产业在更广范围、更深层次、更高水平上融合发展,提升旅游业发展质量和产业附加值,实现旅游业的高质量发展。要提升旅游业的均衡发展水平,推进区域协调发展,逐步解决城乡之间、东中西部之间旅游业发展的不平衡不协调问题,通过建

设乡村旅游综合体、特色小镇、民宿等发展载体,推动乡村旅游高质量发展,缩小城乡发展差距。针对中西部地区在道路、交通、人才、资金等方面的不足,实施中西部旅游发展的倾斜性引导政策,逐步构建人流、信息流、资金流等在东中西部之间、城乡之间顺畅流通的格局,实现区域间资源、人才、信息、资金等的共享,促进旅游业的均衡发展。

三、坚持创造性转化、创新性发展理念,以旅游业发展促进文化软实力和影响力提升

党的二十大报告提出,“全面建设社会主义现代化国家,必须坚持中国特色社会主义发展道路,增强文化自信”;强调“坚持创造性转化、创新性发展”,以社会主义核心价值观为引领,发展社会主义先进文化,弘扬革命文化,传承中华优秀传统文化,满足人民日益增长的精神文化需求,巩固全党全国各族人民团结奋斗的共同思想基础,不断提升国家文化软实力和中华文化影响力”。中国特色的社会主义现代化国家建设过程,也是中国人民不断增强文化自信、不断提升国家文化软实力和增强中华文化影响力的过程。

习近平总书记在山西考察时曾提出要让旅游成为人们感悟中华文化、增强文化自信的过程。旅游是人民群众深度了解和感知历史和文化资源、提升文化理解和认同、引发情感共鸣、增强文化自信的重要途径。旅游的发展,可以推进文化资源的有形化、可视化、体验化和故事化开发,让文化以更贴近百姓生活的形式为更多人所理解和感知,进而内化为人民群众的文化认同和文化自信。同时,旅游也为中华优秀传统文化的创造性转化和创新性发展提供了全新路径。旅游以其丰富的开发模式,为文化的创新性基础、展示和产品化提供了全新路径。从旅游文化街区、文化旅游景区、旅游演艺、旅游文创商品到文旅小镇、主题公园和旅游节庆等,旅游以其生动活泼、大众喜闻乐见的形式为文化资源提供了产品化的表达,对文化的产业化发展也起到了积极的促进作用。近年来,通过建设国家文化公园、建设富有文化底蕴的世界级旅游景区和度假区、打造文化特色鲜明的国家级旅游休闲城市和街区、打造具有国际竞争

力的文化和旅游集团,我国的文化软实力和影响力不断增强。要通过发展出入境旅游,用旅游的方式讲好中国故事,传播好中国声音;通过推进“一带一路”沿线国家的旅游合作、开展中外旅游年、云游中国、打造全球旅游品牌,将中国优秀传统文化和当代文化推向全世界,不断提升中国的国际影响力。

四、坚持绿水青山就是金山银山理念,实现旅游业发展中的人地和谐、人与自然和谐共生

党的二十大报告提出,“必须牢固树立和践行绿水青山就是金山银山的理念,站在人与自然和谐共生的高度谋划发展”。旅游是“两山”理念的重要践行领域,是绿水青山变成金山银山的途径之一。依托良好的自然资源和生态环境发展旅游,是自然资源变社会资产的典型做法。习近平总书曾指出,“原生态是旅游的资本,发展旅游不能牺牲生态环境”“要抓住乡村旅游兴起的时机,把资源变资产,实践好绿水青山就是金山银山的理念”。各地在践行“两山”理念的过程中,依托山水田园、生态、气候、环境等资源开发生态旅游、乡村旅游、避暑旅游、冰雪旅游等旅游产品,让当地百姓通过参与旅游产品和服务供给在家门口就业,并通过发展旅游致富。同时,旅游的发展推动了外出打工的中青年人群回归乡村,让更多的“空心村”恢复发展活力,极大地促进了人地和谐,也为乡村振兴提供了重要支撑。

尊重自然、顺应自然、保护自然是全面建设社会主义现代化国家的内在要求,也是旅游产业发展的客观遵循。绿色旅游、低碳旅游已成为各地旅游业发展的共识。保护好资源、生态和环境,就是保护好旅游业的发展基础。武夷山等地在旅游发展中,以文旅生态银行的模式,实现了生态资源的价值转化,是旅游业绿色发展模式的有益探索。绿色旅游的发展,让人民群众在保护自然、敬畏自然的同时,也依托自然获得了可持续发展的能力,在“望得见山、看得见水、记得住乡愁”的旅游业发展实践中实现了人与自然的和谐共生。

(作者单位:北京第二外国语学院中国文化和旅游产业研究院)

打造演艺新空间培育文旅消费新场景的上海实践

合理的城市演艺空间生态,既要有地标式的高雅文化殿堂,也要有富有特色、大众化的中小型表演空间,一个个充满活力和温度的演艺空间将提升市民游客的获得感和满意度。

□ 张晨

上海演艺业历史悠久,有“东方百老汇”之称。2017年上海明确提出打造“亚洲演艺之都”的发展目标。为进一步激发市场活力,释放文化消费潜力,2019年上海推出“演艺新空间”这一创新性举措,支持文艺新业态、新模式、新平台,鼓励商场、文创园区、酒店、旅游景点、游船等场所拓展演艺新空间,打造一批小而美、主客共享的海派文旅空间,培育文旅消费新场景。截至2021年底,上海演艺新空间达到100家。

构建差异化演艺空间生态

2017年12月,上海发布《关于加快本市文化创意产业创新发展的若干意见》,明确提出打造“亚洲演艺之都”的发展目标。随后一系列推动演艺产业发展的政策意见密集出台,其中一项重要举措便是支持开拓新型演艺空间。在政府的指导下,上海市演出行业协会于2018年底组建“演艺新空间专业委员会”,并于2019年5月制定了《上海市演艺新空间运营标准》,明确演艺新空间指以演艺为主营业务的新型演出场所,并对演艺新空间的运营要求、硬件标准、服务标准等做出了详细的规定。

从演艺产业发达城市的经验来看,合理的城市演艺空间生态,既要有地标式的高雅文化殿堂,也要有富有特色、大众化的中小型表演空间。上海的演出场所主要以综合性剧院和大中型专业性剧场为主,小规模、特色鲜明的演艺空间相对不足。演艺新空间的建设有助于上海形成不同层次的差异化演艺空间生态,有利于优化演艺空间的功能结构,提升演艺产业能级,助力亚洲演艺之都建设,开创具有全球影响力的世界著名旅游城市 and 社会主义国际文化大都市建设的新实践。

100家演艺空间仅仅拉开了演艺新空间发展的序幕,未来将有更多数量和更高质量的演艺新空间加入。演艺新空间的健康有序发展,能够丰富上海文艺舞台,形成“处处皆剧场,人人可艺术”的城市文化氛围,对不断满足人民群众对美好生活的向往,让人民群众充分感受到上海这座城市的文化底蕴和城市活力、提升上海城市软实力具有重要意义。

多元化的演艺新空间已是城市演艺空间发展的新趋势。除上海外,国内其他城市各式各样的演艺新空间也逐渐兴起。上海演艺新空间的发展模式和机制可以在一定程度上为其他城市开发和经营演艺新空间提供借鉴。

上海演艺新空间发展概况

目前演艺新空间采用“依申请认定制度”,即由上海市演出行业协会对提出申请的新空间进行认证、授牌,并定期进行测评。不少符合演艺新空间标准的场所尚未提出申请,因而暂时未被列入。在此,以上海现有的100家演艺新空间为样本,介绍演艺新空间总体情况。

从场地分类来看,目前的演艺新空间主要分布在七大类场所中。一是城市音乐酒吧、茶楼、咖啡厅、酒店里的演艺新空间,共有19家。二是剧场、剧团、演出场所拓展的演艺新空间,也有19家。三是购物中心、商圈广场、购物综合体中的演艺新空间,共有18家。四是文创园区中的新空间,共有16家。五是在图书馆、博物馆、美术馆、书店、展厅中的演艺新空间,共有9家。六是商务楼宇中的演艺新空间,共有7家。七是户外演艺新空间,共有12家。

按所属行政区划来看,绝大部分演艺新空间集中于中心城区。上海近一半的演艺新空间集聚在黄浦区,之后依次是长宁区、虹口区、徐汇区、浦东新区、静安区,而崇明区、金山区和松江区三个区仍处于空白状态。

从演出内容来看,演艺新空间中的演出形态各异、业态多样。主要有脱口秀、沉浸式表演、小型音乐剧、Live秀、小型特色音乐会、戏曲、话剧、相声等。

根据上海市演出行业协会2021年底对上海45家专业剧院70个剧场以及50家演艺新空间的数据统计,2021年度上海剧场及演出场所的总演出场次为24681场,其中剧场共8894场,演艺新空间共15787场。演艺新空间贡献了比专业剧场几乎多一倍的演出场次,成为助力建设亚洲

(作者单位:上海师范大学)

南方冰雪旅游可持续发展的制约因素与破解策略

在未来南方冰雪旅游发展过程中,政府对产业的助推、市场的调动仍然不可或缺,市场主体也应运用另辟蹊径、创新驱动、扬长避短、产业融合等思维,突破产业制约因素的限制。

□ 唐继刚

一、冰雪旅游在南方蔚然兴起

从2015年北京成功申办冬奥会至今,在“三亿人参与冰雪运动”战略目标的指引下,我国冰雪运动和冰雪旅游进入黄金发展期,即使是肆虐全球的新冠肺炎疫情也未能阻挡其发展的脚步。通过建设一大批优质的冰雪场地设施,举办一系列丰富多彩的群众性冰雪赛事活动,人民群众参与热情持续高涨,参与人数达到3.46亿,“三亿人上冰雪”从愿景变为现实。

北京冬奥会、冬残奥会的筹办举办推动了我国冰雪运动跨越式发展。得益于北京冬奥会、冬残奥会对冰雪运动和冰雪旅游的带动,国家推行“北冰南展”战略、防疫背景下微度假盛行等机遇和人工降雪等冰雪科技的发展,我国南方的冰雪产业也已蔚然兴起。凭借多山的地形或发达的经济,四川、湖北、贵州、湖南、浙江、江苏、广东、上海、重庆等南方省市已建成一批室内外冰雪运动场馆和冰雪观光景点,冰雪旅游产业已初具规模。

二、南方冰雪旅游可持续发展的制约因素

其实早在上世纪80年代,原国家体委就提出了“北冰南移”战略,但是在我国成功申办北京冬奥会之前,这项工作一直进展缓慢。这既说明南方发展冰雪运动的难度,也说明如今南方冰雪旅游的兴起与冬奥会带来的政策和市场机遇密不可分,因此南方冰雪旅游将来能否实现可持续发展具有不确定性。概而言之,制约南方冰雪旅游可持续发展的根本性因素主

要有三个:

第一,南方冰雪文化根基弱、冰雪运动普及率低。我国南北环境差异决定了南方的冰雪文化根基和冰雪运动传统与北方相比,所以尽管北京冬奥会等机遇推动了南方冰雪场馆建设,激发了南方民众的冰雪旅游热情,冰雪运动在整个南方地区的普及率依然很低。即使在近年冰雪旅游需求高速增长南方一线、二线城市,由于开展历史短、消费门槛高、技术难度大,冰雪运动也远未大众化。冰雪运动普及率及严重制约了南方冰雪运动场馆的市场开拓和冰雪旅游人才培养。

第二,南方自然冰雪资源稀缺、开发难度大。相比北方,南方冰雪天气发生频率低、覆盖地域小、存续时间短,而且从资源品质上看还存在冰层薄、雪量小、雨雪交融等缺陷,这些因素大幅增加了南方自然冰雪资源的开发利用难度。即使在辅有人造冰雪的情况下,南方户外冰雪景点和场馆的冰雪季节通常也很短暂。南方一些高山地的自然冰雪资源禀赋相对较好,但是薄弱的基础设施,较差的可进入性等,对冰雪场馆设施建设、运营构成较大阻力。

第三,室内冰雪场馆投资大、运营成本高。室内冰雪场馆建设是南方冰雪旅游发展的一大亮点。这类场馆使冰雪运动突破了地域和季节限制,然而这是以高额的投资和运营成本为代价的,尤以占地多达数万平米乃至十几万平方米的滑雪场为甚。其结果是室内冰雪场馆,特别是滑雪馆的人均消费居高不下,这反过来抑制了冰雪运动的普及和市场开拓。高额的投入、狭窄的市场相叠加,从成本和需求两端压缩了南方室内冰雪场馆的生存空间,减缓了其发展步伐。

三、破解南方冰雪旅游发展制约因素的策略

近年来南方冰雪旅游之所以能蔚然兴起,主要得益于政府利用北京冬奥会契机的引导和推动。在未来南方冰雪旅游发展过程中,政府对产业的助推、市场的调动仍然不可或缺,而且要加大力度并增强针对性,而在在疫情反复和北京冬奥会结束的情况下,国内冰雪旅游供需在自然状态下有收缩的趋势。南方冰雪旅游市场主体也应以另辟蹊径、创新驱动、扬长避短、产业融合等思维,充分利用优势条件和机遇突破制约因素的限制。具体来说,破解南方冰雪旅游发展制约因素的策略主要有四个方面:

第一,推广仿真冰雪设施,促进仿真冰雪运动项目。真冰真雪运动项目协同发展。建议站在全域旅游和旅游业转型升级的高度,充分调动南方较强的旅游投资能力、旅游消费能力、科技创新能力,在南方大中型城市和景区推广真冰溜冰场、旱雪场、旱雪滑雪场、虚拟滑雪机等仿真冰雪设施。这类设施规模可大可小、布局灵活,可以在较低的成本上实现四季运营,其中多数设施还因价格低、对新手友好而更易开拓市场。在空间或时间错位的前提下,仿真冰雪运动设施和真冰真雪运动设施可以实现互利共存,互为对方培育市场,共同促进冰雪运动在南方的普及。

第二,在冰雪季相对较长的地区,依托景区和户外场馆发展轻资产冰雪娱乐项目。有调查表明,“戏雪”是最受南方民众欢迎的冰雪旅游项目。建议把冰雪娱乐作为活跃南方冰雪文化氛围、推动南方冰雪旅游发展的重要突破口。在江淮地区、长江流域中高山地、西南山地等冰雪季相对较长、冰雪品质相对较高的地区,可以依托各

类景区和包括户外冰雪场馆、城市广场等在内的各种大中型户外场馆,发展冰雪DIY、雪地平衡车、雪圈、雪上摩托等轻资产、参与门槛低的冰雪娱乐项目,并将其与风景、文化、美食、温泉、音乐、科技等元素有机融合,打造吸引力强、多样化的冰雪休闲度假产品。

第三,政府引导和企业开拓相结合,持续推动南方冰雪运动普及进程。建议政府持续举办“全国大众冰雪季”“冰雪运动进校园”等群众性冰雪活动,并在南方适当调整活动实施方式,例如把仿真冰雪运动设施也设为大众冰雪季的分会场,把学生自发冰雪运动消费、仿真冰雪运动消费也纳入财政补贴范围。建议把冰雪运动场馆宣传纳入地方政府的旅游整体营销。经营冰雪运动的企业既要主动对接政府组织的群众性冰雪活动和旅游营销活动,也要通过灵活的价格折扣、多样化的销售渠道、高效的促销组合提高市场渗透率,并做好与周边旅游景区、旅游企业的联合促销。

第四,政府多策并举和企业降本增效相结合,提高南方冰雪场馆的盈利能力。建议南方省市把大中型冰雪运动场馆建设纳入旅游发展规划和公共体育设施建设规划,做好对它们的统筹安排、用地协调、基础配套,利用相关财政资金以贴息贷款等方式支持企业兴建商业冰雪运动设施,并鼓励、协助企业利用闲置体育场馆经营冰雪运动项目。可通过政府购买培训服务等方式为南方冰雪运动场馆培养教练员等紧缺人才。企业在建设和经营冰雪场馆过程中,应探索通过新材料应用、新能源发电等方式降低建设和运营成本,通过时间差价、对象差价等方式提高场馆利用率,通过多种经营、资产增值等方式提高综合收入。

(作者单位:江西财经大学)