

观察

全面彰显工业遗产价值 创新推动工业旅游发展

创新发展工业旅游,有助于促进旅游业高质量发展,对于构建与工业大国地位相匹配的工业文化和建设面向国内外的工业文化传播体系具有重要意义

□ 李志中 杨雪春

近日,文化和旅游部发布《关于确定北京市751园等53家单位为国家工业旅游示范基地的公告》。这是贯彻落实“十四五”旅游业发展规划提出的“鼓励依托工业生产场所,生产工艺和工业遗产开展工业旅游,建设一批国家工业旅游示范基地”要求的重要举措之一。

工业是国民经济中最最重要的物质生产部门之一,在为居民生活、各行各业经济活动提供物质产品的同时,也创造了丰富多彩的工业景观和文化遗产。创新发展集聚都市观光、企业考察、科普研学、休闲体验、产品展示等于一体的工业旅游,是彰显工业成就、繁荣工业文化、促进旅游业高质量发展的重要实践形式。我国作为工业大国、工业强国,发展工业旅游具有重要意义。

工业旅游是展示国家工业成就的重要窗口。工业是立国之本、强国之基。经过70多年的发展,我国已成为全世界唯一拥有联合国产业分类中全部工业门类的国家,从生活用品到大国重器,从中国制造走向中国创造,无不彰显了国家工业发展成就。大力发展工业旅游,可以让更多人走进工厂、了解工业,有助于国民真实感受

国家工业的强大,更加坚定道路自信、文化自信。

工业旅游是强化国家集体记忆的重要形式。在我国波澜壮阔的工业发展历程中,一五计划、三线建设、乡镇企业、国企改革、工业园区、科技园、振兴东北老工业基地、新型工业化、《中国制造2025》等成为国家集体记忆的重要组成部分,形成了以“独立自主、自力更生”为标志的中国工业精神。大力发展工业旅游,让更多人有机会“阅读”最生动、最有说服力的工业发展“教科书”,有助于强化国家集体记忆,凝聚奋进新时代的精神力量。

工业旅游是发展国家工业文化的重要途径。工业文化具有鲜明的时代性,是国家文化软实力的重要组成部分。工业旅游是展示和传播工业文化的重要平台。大力发展工业旅游,有助于培育和践行尊重劳动、尊重劳动者的价值观,营造劳动光荣的社会风尚和精益求精的敬业风气,有助于弘扬科学家精神、工匠精神和劳模精神、企业家精神,加快建设创新型国家。

虽然我国工业旅游发展时间较短,但是随着经济社会发展,旅游消费需求增长,工业旅游发展态势良好,涌现出了一批“网红”工业旅游项目。此次推出的国家工业旅游示范基地,

就是工业旅游发展的典型代表。全国各地应以此为契机,进一步深入挖掘工业旅游资源潜力,提高产品质量效益,让工业旅游发展更好满足人民群众日益增长的旅游消费需求。

一是构建工业旅游产品体系。我国是工业大国,工业文化景观类型与分布极为广泛,不同时期、不同类型、不同地区的工矿企业记录了工业发展进程的丰富信息,呈现了特色各异的工业文化景观,成为一个时代、一个行业、一座城市的文化标识。要通过构建体现不同时期、不同门类、不同特色的工业旅游分级分类产品体系,完整展示国家工业发展成就,全面彰显工业文化景观的历史、社会、经济、科技和艺术价值。

二是加强工业旅游载体建设。工业旅游资源既包括工业遗产,也包括工业生产过程、工厂风貌、工人工作生活场景等。工业旅游开发应依据工业资源类型与生产生活存续状态,合理确定工业文化展示、工业产品展销、流程工艺参观、企业文化考察等发展方向,因地制宜建设工业遗址公园、工业主题公园、工业博物馆、工业研学旅行基地、工业实践教学基地、创新创意工场等。同时,工业旅游载体建设需要从景观展示、流线组织、功能更新再利用、新馆舍与服务设施

建设、工业文化科技内涵挖掘与解说等方面系统安排,统筹旅游与工业遗产保护、生产安全与生产秩序调整、服务设施风貌协调等关系。

三是强化工业旅游发展保障。我国工业旅游起步较晚,发展潜力巨大。要组织开展相关资源调查,鼓励工业文化和工业旅游相关研究,强化功能调整、消防、交通等方面,支持利用工业遗产和老旧厂房、产业园区以及现代化工厂等开发工业旅游。要引导社会资本参与工业旅游资源开发和市场化运营,参照文化产业发展的相关财税扶持政策,加大对工业旅游发展支持力度。要支持利用大数据、物联网、人工智能、虚拟现实等新一代信息技术,推动工业文化创新发展,催生工业文化创新新业态,拓展工业旅游消费新空间。

工业旅游具有弘扬工业文化价值、活态传承工业文化、促进工业文化与产业融合发展等重功能。创新发展工业旅游,有助于促进旅游业高质量发展,对于构建与世界工业大国地位相匹配的工业文化和建设面向国内外的工业文化传播体系具有重要意义。

(作者单位:中国科学院地理科学与资源研究所)

声音

“热门博物馆不妨适当增加门票预约的透明度,实时显示票量,保障公众的知情权”

——针对一些地方热门博物馆出现黄牛倒票现象,《新京报》发表评论指出,博物馆免费开放是公益性文化建设,有利于保障社会公共基本文化权益,满足民众日益增长的精神文化需求。不过,这其中必然面临一系列必须

克服的难题,如何平衡加强管理与改善服务二者之间的关系,考验着博物馆管理者的智慧和魄力。实现博物馆向全社会免费开放制度的可持续发展,需要博物馆工作者和政府职能部门共同努力和创新实践,才能将这项利国利民的好事做好、实事做实。

“别拿攀爬野长城来证明自己所谓的冒险精神和勇气,因为

这种行为了证明不自量力 and 跟风的俗气,实在证明不了什么”

——近期,5名驴友攀爬北京野长城并搭帐篷准备在北京箭扣长城上过夜,当地长城保护予以制止。对此,《北京晚报》发表评论指出,长城是世界文化遗产,早就纳入法律保护。如今不少驴友,视法律法规于无物,置文物保护重要性于不顾,四处

撒播所谓“攻略”,以避免长城保护员的巡视,变相为违法违规攀爬野长城的人“助力”,甚至有旅游团队组团违规。不到长城非好汉,这些破坏野长城的人绝非“好汉”,他们的行为是对长城的非礼,是对国家重点文物遗迹的严重损害。夜间露营需要用电、用火,搭设帐篷需要原地固定,一旦出意外,对长城造成损害,后果不堪设想。(本版编辑 龚立仁 整理)

学习贯彻党的二十大精神·学思践悟

努力构建生态美旅游兴 百姓富的发展新格局

□ 王洪新

党的二十大高举旗帜、擘画未来,在政治上、理论上、实践上取得了一系列重大成果,为新时代新征程党和国家事业发展、实现第二个百年奋斗目标指明了前进方向、确立了行动指南。哈尔滨市文化广电和旅游系统将深入学习贯彻党的二十大精神,努力推动新时代文化广电和旅游高质量发展,坚决扛起省会城市使命担当,在建设社会主义现代化新龙江中作出更大贡献。

加强生态文明建设,打造生态美旅游新高地。党的二十大报告提出,“推动绿色发展,促进人与自然和谐共生”。这既是全面建设社会主义现代化国家的内在要求,也为旅游业站在人与自然和谐共生的高度来谋划发展提供了遵循。哈尔滨市地处祖国北疆,既有“绿水青山”又有“冰天雪地”,生态资源优良独特,是大自然赋予的宝贵财富。

过去十年,我们坚持绿色发展,依托大湿地、大森林、大河流、大冰雪等资源优势,倾力打造“万顷松江湿地,百里生态长廊”绿色画卷,精心描绘全域旅游发展蓝图,“冰城夏都”品牌形象深入人心,走出了一条生态保护和旅游发展并进的新路,成为“绿水青山就是金山银山,冰天雪地也是金山银山”理念的最佳实践地。

文化和旅游深度融合发展。”这为新形势下旅游业发展进一步指明了方向。旅游业作为综合性产业,涉及国民经济多个行业和部门。要融入新发展格局,推动高质量发展,必须推动旅游与文化、体育、教育、时尚、经贸、科技等相关产业的深度融合,更好释放“一业兴百业旺”的乘数效应。

过去十年,我们坚持发展大旅游、打造大产业的理念,加快旅游与欧陆文化、时尚创意、商贸资源、工业底蕴、科教优势等共建共享、融合互促,打造了一批旅游新地标,培育了一批旅游新业态,带动了经济发展、改善了城市面貌。

新征程,新起点,我们将继续做足“旅游+”这篇文章,深度融入数字经济、生物经济、冰雪经济和创意设计等新兴产业,主动参与“一带一路”、哈长城市群、哈大齐工业走廊发展,积极助力文化强国、健康中国、美丽中国建设,为全面建设社会主义现代化国家贡献旅游力量。

坚持人民至上理念,肩负旅游为民新使命。党的二十大报告把“人民至上”理念贯穿始终,高频提及“人民”“民生”,体现了人民的心愿、人民的心声,字里行间满是人民情怀。

旅游业作为幸福产业之一,是满足人民日益增长的美好生活需要的重要内容。广大旅游人民必须坚持全心全意为人民服务的政治立场,肩负责任、躬身前行,不断增强人民群众的获得感、幸福感。

我们将把群众不满意作为重要标尺,结合“我为群众办实事”实践活动,加快发展旅游新产品、新业态、新主体、新动能、新服务,开展文旅惠民利民、文旅市场培育监管等行动,加快构建现代公共文化服务体系,突出群众主体、群众受惠、群众满意,形成文旅惠民、文旅利民、文旅育民的浓厚氛围,以实际行动更好实现人民对美好生活的向往。

(作者为哈尔滨市文化广电和旅游局党组书记、局长)

数字赋能假日旅游精准治理的实践与思考

□ 林仁状

随着我国经济社会的发展和人民物质生活水平的提高,旅游市场规模迅速扩张,假日出游人数成倍增加,产生了一系列亟待解决的问题。基于浙江全面推进数字化改革的实践,本文就如何用数字化手段破解假日旅游诸多难题提出一些浅见,以期为各地强化假日旅游科学治理、精准服务提供对策略建议。

一、假日旅游面临的问题:体验差、管理难、经营风险大

假日旅游问题产生的根源在于需求集中与供给相对刚性的矛盾,对市场主体产生了不同程度的影响。

(一)对游客而言,因困扰集中在“出行难、排队久、服务差、价格高”,旅游体验大打折扣。文化和旅游部数据中心旅游价格监测显示,2021年十一期间旅游价格指数比劳动节上涨44.6%,比当年暑期上涨43.7%;2022年元旦期间旅游价格指数同比上涨18.9%,直接影响人们假日出游意愿和本地消费体验,并带来游客满意度下降。

(二)对地方政府来说,安全隐患、咨询投诉、未经许可经营旅行社业务等情况增多,更加考验政府对于假日旅游市场的监管治理能力。叠加常态化疫情防控的需要,进一步对旅游主管部门的预判能力和应急处置能力提出了更高的要求。移动互联网技术、社交媒体平台的发展,大大缩减了信息的传播路径,出现问题、事故后,如果不能尽快预警和处理,便易形成负面舆情。2020年,浙江旅游口碑数据中日均差评率为55条,节假日期间则高达260条,为平时日均的4.8倍。

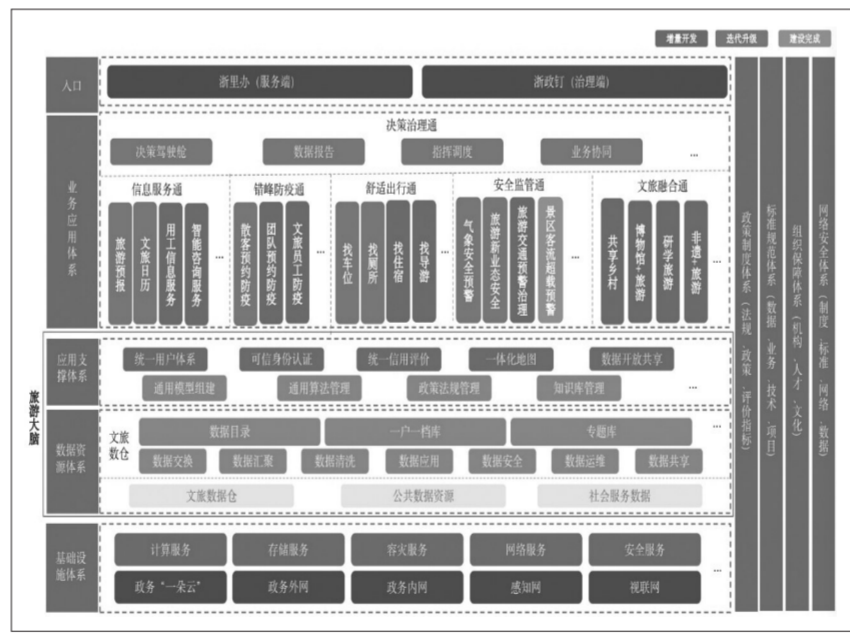
(三)从旅游企业来看,显著的问题是服务水平下降和经营风险增加。假日期间,旅游企业的订单量成倍增加,一方面导致人手紧张、超负荷运转,服务质量降低,对企业声誉造成负面影响;另一方面,新冠肺炎疫情暴发后,大量旅游订单延期或取消。若信息不对

称、政策传递不及时,一次批量退订造成的损失甚至可能会使一家中小旅游企业破产。

二、浙江破解假日旅游难题的实践:充分发挥数字化优势,聚焦节前、节中、节后各个环节

近年来,浙江省委、省政府认真贯彻关于数字中国、网络强国等系列重要论述精神,持续推进“最多跑一次”改革,政府数字化转型、数字化改革,不断加速数字浙江建设。借此东风,浙江省文化和旅游厅深入推进数字化改革工作,充分运用大数据技术和数字化手段,按照问题导向,开发推出“旅游通(假日版)”应用,聚焦节前、节中、节后各个环节,从治理端和服务端同时发力,逐步提升假日旅游综合治理和精准服务水平,持续增强游客大众假日旅游的满意度和获得感。

(一)节前引导预约、精准预测、加强预报。针对“管理部门对假日市场底数不清,市场监管和资源调配力量不足”等问题,浙江省文化和旅游厅多跨融合搜索平台、OTA等数据,横向联动省交通、自然资源等11个厅局,纵向打通省市县区数据回流通道,实现了假日重点景区客流预报、热门与小众旅游目的地预报、高速车况拥堵情况预报、重点景区天气预报、出入境目的地疫情防控要求、文旅活动预报等多项功能,并通过各类媒体及时发声,为游客提供全面的预报服务。同时,浙江省文化和旅游厅构建全域客流预测等六大算法模型,对全省11个市的假日客流、旅游市场等相关数据进行“未来七天”客流预测。以温州市瓯海区“错峰乐游”子应用为例,打通全区12家景区的票务系统及运营商信令数据,形成景区客流超载预测,并在此基础上推出了“错峰引导一张图”“游玩排队一指引”“停车共享一雷达”“智能监测一屏查”四大功能,有效实现高峰期停车找车位节省30至60分钟,景区内项目排队时长减少50%以上,游客可多玩3至5个项目。



旅游通(假日版)应用总体架构图

(二)节中全面监测、迅速响应、优化供给。针对“问题发现不及时、责任部门不明确、处理反馈慢”等问题,聚焦258家4A级及以上重点景区和文博场馆、旅行社等行业主体,浙江省文化和旅游厅结合气象、交通、卫健等部门数据,实现疫情风险、客流超载、气象灾害、旅游新业态风险、信用风险、负面舆情等风险预警。风险预警后,平台自动推送预警信息,明确责任单位,并处置要求,相关责任单位和责任人及时反馈处置情况,确保节中游客出行安全。聚焦入园难、入住难、如厕难、出行难等痛点问题,浙江各级旅游管理部门打造20秒入园、30秒入住场景,重塑假日旅游厕所、车位供给制度。以湖州市长兴县为例,建立厕所战略储备制度,结合假日厕所实时承载情况,适时开放民宿、农家乐共享厕所25个、移动厕所20个,游客总体满意度提升6.5%。同时,浙江省文化和旅游厅在“浙里好玩”小程序中推出了找车位、找厕所、找导游、找购物、找美食等多项使用功能,为游客提供便捷、高效的服务。

(三)节后总结分析、辅助决策、以数惠企。针对“假日接待接待情况不明、整体数据归纳不清”等问题,在每个重点节假日后,浙江省文化和旅游厅根据平台数据,整理分析假日旅游市场运行数据总结,囊括客流、消费、住宿、交通等多个维度,形成游客画像,使假日运行态势整体感知。同时,用线上复盘推演的方式,回顾分析节后施策是否科学合理,推动决策部署的修正和完善,并构建起假日市场游客满意度图谱,聚焦核心指标,发现假日治理难点,辅助节后市场资源分配和政府施策。此外,从企业需求视角出发,浙江省文化和旅游厅在节后归集脱敏数据面向企业开放,用数据服务企业假日旅游宣传营销,打破政府与市场数据壁垒,打造“政府开放数据、市场使用数据、数据服务游客”的新模式,助力企业精细化管理、精准化运营。截至目前,已将9类数据、47个字段开放共享给飞猪、美团、马蜂窝等OTA平台。浙江省文化和旅游厅节后面向企业或OTA反馈游客的

评价信息,推动其改善自身产品价格及服务,并在去哪儿、美团等OTA开设了“浙里好玩”旗舰店,逐步下调佣金比例、增加非标准化旅游产品,引导其为大众提供更多具有高性价比、个性化的旅游产品和服务。

2021年,“旅游通(假日版)”应用服务人数超3000万人次;其中,“18秒入园”“20秒入园”“30秒入园”等场景累计服务游客近800万人次,为游客累计节省时间约40万小时;浙江旅游在各大OTA中的市场占有率同比上升7.05%。通过数字化手段,浙江逐步实现了对假日旅游的全生命周期管理、全链条精准服务、全闭环风险管控,进一步让游客“游有所乐”,让企业“营有所获”,让政府“决有所策”。

(二)发挥大数据的高速性优势,增强数字化调度能力,提升负面舆情、突发事件处理的时效性。自媒体时代,游客随时随地都可以将旅游中遇到的问题、不满、投诉公之于众。各级旅游管理部门应充分认识信息传播“快”的风险,发挥大数据“快”的优势,及时感知游客需求和痛点,制定科学调度处理的应急预案,及时解决游客诉求,化解矛盾“堵点”。

(三)发挥大数据的多样性优势,增强数字化调度能力,提升配套设施使用效率。相对于节假日集中消费规模,大部分地区的旅游硬件供给是不足的。但如按照假日游客量的标准一味地增加基础设施供给,将造成资源的巨大浪费。大众旅游时代,各级旅游管理部门需进一步整合政府、企业、媒体等不同渠道的数据,突出运用其中的结构化数据,分析数据间因果关系,对存量设施进行合理调配,提升配套设施的平均使用效率和单体使用效率,进而大幅增强假日旅游的供给能力和供给质量。

(四)发挥大数据的价值性优势,增强数字化调度能力,提升旅游市场治理的针对性。假日市场是旅游企业开展经营、获取利润的重要时段,然而有的企业在面对假日旅游市场巨大的逐利空间时,会出现哄抬物价、虚假宣传、违约失信等行为。在线旅游平台出现后,推动旅游产品价格透明化,在一定程度上能够帮助游客作出更加合理的消费选择。但当各大OTA平台逐渐做大做强,开始在垄断的风险。大数据杀熟、竞价排名搜索、高额佣金等问题给旅游市场带来了新的困扰。各级旅游主管部门在不断加大引导、教育、查处的同时,也应多措并举,通过大数据动态监测实现对旅游市场的精准监管,通过数据共享帮助企业开展精准营销,通过推出具有公共品质属性的区域旅游电商平台引导合理定价、有序竞争,推动整个假日旅游市场的健康发展。

(作者系浙江省文化和旅游厅宣传信息中心主任)