

专家解读

强化硬保障的制度供给 满足高增长的露营需求

满足人民对美好旅游休闲生活的向往与追求,以需求引领供给,进而推进供给侧结构性改革,是新时代政策创新的价值取向,也是制度演化的必由之路

□ 戴斌

自古以来,人民群众就有郊野踏青、避暑赏秋的传统,在亲近自然的同时,也增进了家人朋友之间的感情。全面建成小康社会目标实现以后,旅游休闲更加成为人民美好生活的日常选项。受疫情影响,旅游休闲的时空收缩带动了本地休闲和近程旅游的高频需求,也催生了包括露营经济在内的新业态。快速发展的露营旅游休闲,在促进休闲消费、培育绿色健康生活方式、便利人民群众就近出游等方面发挥了积极作用,有效推动了旅游休闲领域的创业创新,也引发了规范建设、文明旅游和可持续发展的讨论。

民有所呼,政有所应。满足人民对美好旅游休闲生活的向往与追求,以需求引领供给,进而推进供给侧结构性改革,是新时代政策创新的价值取向,也是制度演化的必由之路。

近日,文化和旅游部会同中央文明办、国家发展改革委、公安部、应急管理部、自然资源部、住房和城乡建设部、国家体育总局等部门联合印发《关于推动露营旅游休闲健康有序发展的指导意见》(以下简称《指导意见》)。此举既立足于露营旅游休闲的需求侧管理,又着眼于露营旅游休闲的供给侧结构性改革,推动各部门担负起共同而有区别的责任,形成系统推进露营旅游休闲高质量发展的行政合力。

为适应人民群众不断增长的露营旅游休闲需求,《指导意见》提出,构建全国营地服务网络体系,形成精品线路营地体系。重点任务第一条明确提出,科学布局营地建设,保障各类营地供给,合理安排营地空间和配套设施。需要独立占地的公共和经营性营地建设项目应当纳入国土空间规划和“一张图”衔接协调一致。

在强调顶层设计和自上而下的规划的同时,《指导意见》也关注到了基层探索和自下而上的合理诉求。过去三年,越来越多的游客开始关注身边的美丽风景、日常的美好生活,争取有更多时间与家人在一起。每逢节假日和周末,以家庭为单位的本地休闲和近程旅游者选择到访城市公园、郊野公园、城乡绿道、森林公园,生动诠释了全面建成小康社会和美好生活该有的样子。一家人走累了,就近搭个帐篷休息便成了再自然不过的需求。

从自发的休闲需求,到自然的业态发育,再到自觉的行政规划,有一个上下互动的制度演化过程。《指导意见》直面需求,加强引导,明确提出在符合相关规定的前提下提供露营服务,鼓励城市公园利用空闲地草坪区或林下空间划定非住宿帐篷区,供群众休闲活动使用,扩大露营地发展空间。

为深入贯彻习近平生态文明思想,发展绿色旅游,《指导意见》提出,用好存量资源,满足人民群众对露营旅游休闲的便利化需求。无论是房车

自驾营地,还是背包旅游者的帐篷营地,都具有偶发、就近、便利的需求,是一个由近及远、由点到面、从小到大的发展过程。

在推进建设各类专业性露营地的同时,《指导意见》还提出,探索支持转型退出的高尔夫球场、乡村民宿等项目发展露营旅游休闲服务,鼓励有条件的旅游景区、旅游度假区、乡村旅游点、环城游憩带、郊野公园、体育公园等在符合相关规定的前提下提供露营服务。

类似实践地方已有探索,如南京旅游集团管理的聚宝山郊野公园就是充分利用原有的路旁、湖边和林下资源,建设小分区、大聚集的帐篷营地,与园内的卡丁赛车、无动力亲子运动乐园、国际马术俱乐部等项目联动,让传统的郊野公园成了吸引家庭休闲、研学旅行、团队建设时尚生活空间。

从全国范围来看,像这样政府推动、企业主导的露营旅游休闲发展模式,已经取得了一些可复制、可推广的经验,但是也面临着土地、林草、自然资源等方面的制度和法规约束。

针对发展过程中的政策痛点,《指导意见》提出,优化露营旅游休闲用地政策,对符合条件的土地资源以及国有建设用地上老旧厂房转型发展露营旅游休闲项目,要依法依规予以支持。

生命高于景观,没有安全就没有旅游。《指导意见》提出,各地发展露营旅游休闲要保障广大游客的身体健康和生命财产安全。近年来,本地休闲和近程游为代表的高频次旅游活动

构成了旅游市场的基本面。一些未开发的景区景点之所以成为网红打卡地,与大众旅游全面发展阶段游客的个性化需求有关,也与传统旅游景区不完全适应疫情防控常态化下即时性、本地化的休闲需求有关。

露营旅游休闲的自发成长带动了户外装备制造、包装食品和预制菜等餐饮业以及流动商贩等零售业的发展,有的地方已经形成了相当规模。在鼓励利用存量、合理开发增量的同时,《指导意见》还提出,营地选址应当科学合理、安全至上,要求经营主体落实相关公共安全责任和食品安全主体责任,建立安全管理制度和应急预案,配备必要的监测预警和消防设施设备。避免在没有正式开发开放接待旅游者、缺乏安全保障的“野景点”和违规经营的私设“景点”开展露营活动。

丰富人民精神世界,实现全体人民共同富裕,促进人与自然和谐共生,是中国现代化的本质要求。共同富裕不仅指物质生活的共同富裕,也包括精神生活的共同富裕。

景观之上是生活,满足人们对露营旅游休闲的新期待是新时代旅游工作的新目标。相信随着各级政府的贯彻落实,加上各类投资机构和市场主体跟进,人民的旅游权利将得到更加有力的保障,“有得游、游得起、玩得开心、玩得放心”的旅游休闲新格局将会加速形成。

(作者单位:中国旅游研究院)

创新产品供给 做好冬季旅游

□ 特约评论员 王德刚

受多重因素影响,近年来,旅游市场形势和旅游业发展格局发生了很大变化。一方面,国家大力推进文旅融合发展和全域旅游示范区建设,做实做强旅游目的地、促进旅游业高质量发展,旅游产品供给更加丰富多样;另一方面,常态化疫情防控下,旅游市场呈现明显的替代性、节奏性、短途性、慢旅游以及“反向旅游”等特征。目前,我国北方地区已进入冬季。冬季通常为一年旅游淡季,各旅游目的地和旅游企业要加强谋划,进一步创新产品丰富供给,做实做好冬季旅游。

首先,要着眼于本地和周边市场,认真研究近距离旅游消费特征,构建系统化和高频率、重复性消费的文化休闲旅游产品体系,促进本地、周边旅游市场规模性增长。

常态化疫情防控下,跨省、跨市等异地人员流动减少,旅游市场的本地

化、周边化趋势明显。在这种情况下,旅游目的地和企业要紧紧抓住当前旅游市场“就地休假、就近旅游、当时消费”的基本特征,以近郊旅游消费者有效闲暇时间为节点,通过策划研发适合本地、周边居民高频率出游、重复性消费的旅游产品、主题活动和服务项目,提高本地、周边居民的出游率和重游率,以本地、周边市场的规模增量带动旅游业发展。

其次,要持续推进文化和旅游深度融合,强化科技赋能,丰富旅游产品的文化内涵,提高旅游产品的吸引力和旅游消费者的体验感。

随着人们文化素养和综合素质的提高,消费者对旅游产品的文化性和体验感要求越来越高。在当前文旅融合和全域旅游发展的背景下,要不断提高文旅融合的广度和深度,调动更多的文化和社会资源参与旅游业发展。要通过文化和科技赋能,让旅游产品有更深度的文化内涵、更多的载体形态和更精彩的表现形式,进一步增

强游客的参与性和体验感。

再次,要深度挖掘和开发身边的资源,让冬季旅游更有烟火气,让群众通过旅游发现和共享美好生活。

冬季是传统文化、民俗文化等较为集中和丰富的季节。特别是在城市的老社区、古城、古镇和广大的农村,每一个时令和节气的变化,都伴随着许多仪式性的活动和习俗。业界不妨结合这些传统文化和民俗活动打造冬季旅游产品。如把传统文化与现代生活相结合,让民俗、非遗等走进景区、走进酒店、走进民宿,融入研学旅行课程和旅游体验过程;为城市夜市、乡村大集、两庙会市集注入旅游元素;给那些散布在城乡各处的老街、老宅、老树和古桥、古井、古牌坊等“微景观”配上服务设施,完善其旅游功能……通过挖掘和开发这些身边的生活资源,打造具有浓郁烟火气的城市微旅游、乡村慢游产品体系,让本地和周边居民通过“近游”发现和共享身边的生活之美。

最后,要传承冬奥遗产,积极开发和完善冰雪旅游产品体系,大力推进冰雪旅游可持续发展。北京冬奥会的成功举办,带动了冬奥遗产和冰雪旅游。总体来说,我国冰雪旅游发展还处于初级阶段。冰雪旅游产品供给仍不够丰富,目前主要以户外滑雪和室内溜冰为主,旅游服务配套也不够完善。因此,我们要积极借鉴冰雪旅游先进国家经验,深入研究冰雪旅游发展规律,充分发挥气候性冰雪资源和各类冰雪场馆的作用,开发专业性和大众化相结合冰雪旅游产品体系,以丰富的冰雪旅游产品供给传承冬奥遗产,推动冰雪旅游可持续发展。

当前,旅游业发展面临着前所未有的挑战,旅游目的地管理者和旅游企业要高度重视、科学研判旅游市场产业发展的新形势、新趋势,努力在危机中育新机、于变局中开新局,创新产品丰富供给,把冬季旅游做实做好。

最后,要传承冬奥遗产,积极开发和完善冰雪旅游产品体系,大力推进冰雪旅游可持续发展。

北京冬奥会的成功举办,带动了冬奥遗产和冰雪旅游。总体来说,我国冰雪旅游发展还处于初级阶段。冰雪旅游产品供给仍不够丰富,目前主要以户外滑雪和室内溜冰为主,旅游服务配套也不够完善。因此,我们要积极借鉴冰雪旅游先进国家经验,深入研究冰雪旅游发展规律,充分发挥气候性冰雪资源和各类冰雪场馆的作用,开发专业性和大众化相结合冰雪旅游产品体系,以丰富的冰雪旅游产品供给传承冬奥遗产,推动冰雪旅游可持续发展。

当前,旅游业发展面临着前所未有的挑战,旅游目的地管理者和旅游企业要高度重视、科学研判旅游市场产业发展的新形势、新趋势,努力在危机中育新机、于变局中开新局,创新产品丰富供给,把冬季旅游做实做好。

广东江门:以文旅为笔描绘乡村振兴壮美画卷

地开花,勾勒出宜居宜游的新时代乡村图景。

依托得天独厚的文化旅游资源,近年来,江门着力以乡村旅游为抓手,扩大文旅消费,助力乡村振兴,以全域建设大格局推动乡村旅游发展。在《江门市文化和旅游发展“十四五”规划》《江门市国家文化和旅游消费试点城市建设工作方案》《关于促进全域旅游发展扶持办法》等多项规划和措施中,对乡村旅游发展给予政策和资金扶持,引进重大文化旅游项目,推进省级旅游风情小镇、省文化和旅游特色村、“醉美江门100村”等示范创建工程,打造江门市侨乡文化旅游遗产游径等均被纳入重点内容。

同时,江门大力推进“+旅游”,使旅游与文化、农业等产业深度融合,打造乡村旅游新业态。随着文旅深度融合,不少游客特意到台山中国农业公园、开平自力村的稻田打卡拍照。各大旅行社顺势推出的稻田观光游、秋收研学游等一经推出便反响热烈。

结合“粤菜师傅”工程,江门积极推动“美食+旅游”融合。蓬江区推出“乡村粤菜美食游”线路,将陈垣故居、良溪村等与乡村美食资源串珠成链。台山围绕“美食+美村”举办蚝文化美食节,联合广海镇渔人码头、华侨农场五丰村等绘就台山蚝文化旅游美食路线图。

通过不断夯实、发展乡村旅游,江门的旅游产业与乡村振兴有机结合,成为激活乡村资源的“新引擎”。

植根文化 讲好乡土故事

历史悠久,人文荟萃。作为广府文化的代表城市之一,江门在因地制宜开发建设的同时,深挖文化底蕴,积极打造本土特色品牌。

江门享有“中国侨都”的美誉,侨乡文化尤为典型。以侨乡文化的发掘和活化为例,在乡村旅游不断发展的过程中,江门优化村庄规划,活化利用侨村侨宅,丰富乡村文化内涵,如江门城区13个百年华侨村落之一的启明里经过活化后游人如织,文化巷、江门非遗书信馆等新业态的人驻使其焕发新光彩,获评广东省首批省级旅游休闲街区;江门积极打造侨文化特色鲜明的旅游品牌,如举办“少年中国说”中国侨都文化体验交流活动、中国侨都(江门)华侨华人嘉年华等品牌活动,有效吸引广大侨胞走进江门乡村;同时,充分发掘非遗项目、传统工艺,打造白沙茅龙笔、葵扇、陈皮等一批特色旅游手信品,传递城市的味道,使江门“乡韵”“乡愁”更突出。

“推进文化自信自强,坚持以文塑旅、以旅彰文”,为江门文旅产业发展注入了新活力,提供了新支撑。如今,星罗棋布的乡村正转化为“读懂江门”的一扇文化窗口。梅家

大院、海口埠、开平碉楼与村落、南粤古驿道台山段等侨乡文化遗存数不胜数。随着南粤古驿道活化利用工作持续推进,游人纷纷走进台山古驿道地区探古访今,了解侨乡发展史。围绕开平碉楼与村落,江门将塘口旧墟、立园景区等标志性文化景点串珠成链,打造“开平碉楼侨乡文化之旅”,使五邑侨乡形象深入人心。“乡村是座博物馆”全国乡村旅游精品线路128条中,就有“开平碉楼侨乡文化之旅”。

乡村旅游的发展使江门深厚的侨乡文化底蕴找到了新表达方式,收获了更丰富的时代价值。

紧抓机遇 拓宽多元赛道

周末或假期,一家大小驱车近郊采摘水果,三五好友在绿水青山间搭帐篷露营,到特色民宿体验慢生活,已经成为不少市民、游客的休闲新选择。

当“微旅游”兴起,乡村也成为江门满足人们短途出游多元化需求的重要载体,更使其资源优势转化为发展优势,有效拓宽了乡村振兴致富路。

“火爆的采摘游使莲雾成为‘致富果’,夏季莲雾成熟的时候,每逢周末,游客接待人数可以达到200人次。”新会金益莲雾种植家庭农场负责人李颖诗表示,开放果园采摘不仅能帮助存量水果销售,更提高了江门农副产品的品牌知名度,许多外地游

观察

完善信用修复制度 推动文旅高质量发展

□ 吴丽云

近日,文化和旅游部办公厅印发《文化和旅游市场信用修复工作指南》(以下简称《指南》),明确了文化和旅游市场信用修复的总体要求、工作规范和组织保障等内容。这是继《文化和旅游市场信用管理条例》之后文化和旅游市场信用体系建设领域的又一重要文件,进一步完善了文化和旅游市场信用修复制度的印发,对于进一步规范文化和旅游市场信用修复工作,引导失信主体及时纠正失信行为,营造守信、诚信经营的营商环境将起到积极的推动作用,标志着文化和旅游市场信用体系建设进入了优化发展的新阶段。

信用修复是文化和旅游市场信用体系建设的重要内容。对失信主体进行惩戒的根本目的是营造全行业讲诚信、重诚信、守诚信的良好氛围。信用修复为失信者提供了自我纠错机制,为其修正失信行为提供了制度化渠道,有助于从更深层次引导市场主体的积极信用行为,优化文化和旅游市场信用环境,推动文化和旅游企业高质量发展。

突出顶层设计,提升管理效率。制度设计是管理工作有效推进的前提。《指南》从4个方面构建了完善的顶层设计,为信用修复工作的有序推进奠定基础。

一是明确了信用修复的各级管理主体责任,形成了分工有序的制度设计。一方面要求各级文化和旅游主管部门建立健全配套工作机制,形成有利于信用修复工作推进的良好机制。另一方面明确了中央和地方的管理分工,文化和旅游部负责组织、指导全国文化和旅游市场失信主体信用修复工作,县级以上文化和旅游主管部门负责本行政区域的信用修复工作,形成了分工合作、各有侧重的工作格局。

二是明确了信用修复的分类指导,对于主动修复和依申请修复的条件、方式和流程提出了明确规定,便于各地依规执行,可以有效保障信用修复工作的规范性。

三是明确了监督检查机制,进一步优化了信用修复的制度保障。对于信用修复中可能出现的新情况、新问题,提出通过自查、系统应用、大数据分析等手段及时监测、及时上报,便于中央和地方及时调整、改进,优化信用修复工作机制,提升管理和工作效率。

四是明确了加强培训组织,可以保障信用修复工作的高质量推进。《指南》提出,要加强业务培训,帮助信用修复工作人员熟悉工作流程和系统功能,有助于统一信用修复工作标准,提升信用修复工作质量和效率。

突出规范管理,确保依法依规。信用修复是社会信用体系建设的重要组成部分,是建立自我纠错、主动自新的社会激励和关爱机制,是促进社会和谐诚信发展的重要举措。

近年来,国务院《关于建立完善守信联合激励和失信联合惩戒制度加快推进社会诚信建设的指导意见》、国务院办公厅《关于加快推进社会信用体系建设构建以信用为基础的新型监管机制的指导意见》以及中共中央办公厅、国务院办公厅《关于推进社会信用体系建设高质量发展促进形成新发展格局的意见》等明确提出要建立信用修复机制。《文化和旅游市场信用修复提供了法律法规依据。《指南》则在现有国家政策法律法规的基础上,提出了规范开展信用修复的重要内容,对失信主体进行惩戒的根本目的是营造全行业讲诚信、重诚信、守诚信的良好氛围。信用修复为失信者提供了自我纠错机制,为其修正失信行为提供了制度化渠道,有助于从更深层次引导市场主体的积极信用行为,优化文化和旅游市场信用环境,推动文化和旅游企业高质量发展。

突出示范引导,注重氛围营造。《指南》提出,要面向市场主体特别是失信主体深入细致地做好信用修复政策制度的宣传解读工作,大力宣传和修复工作中的典型案例和积极成效。

目前,我国信用修复工作尚处于发展阶段,社会上对于信用修复的内容、流程等认知不足,需要持续、专业的宣传以提升市场主体对信用修复路径、渠道、方法、内容等的认知和了解,激活信用修复机制,引导失信主体重回信用经济体系。信用修复是我国信用体系建设的新内容,缺乏成熟的模式和经验,需要各地主动作为,不断创新,积极应对、解决信用修复中的新情况、新问题。积极宣传各地信用修复中的典型案例和积极成效,通过示范引导,启发探索创新,有助于推动提升全国文化和旅游市场信用修复工作水平,在全行业营造守信、诚信氛围。

突出权益保障,引导健康发展。《指南》提出,要加强信用修复政策说明,明确不同类型信用修复的条件、方式和流程,保障失信主体合法权益。

信用修复是保障失信主体合法权益的有效路径。规范的信用修复、修复材料、文书格式、信用信息和修复培训等设计,可以切实保障失信主体全链条、了解信用修复的全过程和全内容,为失信主体修复信用提供保障。通过信用修复,帮助更多失信主体更加明晰信用的价值和边界,进而约束企业和个人行为,有助于形成更加健康、诚信的营商环境,推动文化和旅游高质量发展。

(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)