

# 以中国式现代化引领酒店业高质量发展

□ 李彬 谷慧敏

党的二十大报告指出,新时代新征程中国共产党的中心任务是以中国式现代化全面推进中华民族伟大复兴。这一重要论述为我国酒店业实现现代化和高质量发展指明了方向。尽管我国酒店业遭受了新冠肺炎疫情的巨大冲击,但在不断克服困难和转型升级中培育了韧性。在产业复苏和发展过程中,应深入研究中国式现代化的五个特征对中国酒店业高质量发展的引领作用,践行酒店业的中国式现代化发展理念,实现酒店业的中国式现代化目标。

## 一、住宿需求与劳动力市场规模巨大的现代化

人口规模巨大的现代化体现在我国酒店业,是我国拥有体量巨大的住宿需求和劳动力市场。

人的现代化是中国式现代化的逻辑起点和实践主线,充分体现了人民性。一方面,我国是超大规模经济体,是全球最大的单一消费市场。酒店业所面向的需求市场人口规模巨大,既有传统的、主流的观光旅游、商务、度假休闲人群,也包括异地考试、看病、办事、移动办公等更加多元化人群,疫情影响下也开始出现本地居民、社区等对酒店服务有需求的群体。我国酒店业的消费市场层级丰富、梯度化特征明显,为多元化产业业态发展提供了充分的场景条件。当然,也存在不均衡的问题,例如有北上广深等超大城市的住宿需求,有成都、杭州等新一线城市的新兴住宿需求,近几年也出现四中西部城市、县级市的下沉市场以及中西部地区待开发的市场。

另一方面,我国酒店业的劳动力供给市场体量巨大。酒店业的劳动力规模大、密度大且层级丰富。根据相关报告进行初步匡算,全国酒店业拥有从业人员约300万人,加之民宿业从业人员约200万,整个住宿业劳动力约500万人,既包括庞大的投资人、创业业主,也包括众多的职业经理人,更有面向广大人民群众的基层一线员工,这为发挥旅游带动就业作用奠定了坚实基础。

巨大的市场规模必将孕育出体量巨大的酒店产业和酒店企业。事实上,截至2021年底,我国住宿业拥有

36万多家酒店、1400多万间客房,已经是世界上规模最大的酒店产业。与此同时,我国酒店企业(集团)及未来形成的酒店生态系统的体量规模也将是巨大的,截至2021年,已有7家本土酒店集团进入全球前20强,3家进入前10强,产业质量和国际竞争力在我国产业谱系中名列前茅。

## 二、追求民生福祉和美好生活的现代化

全体人民共同富裕的现代化体现在我国酒店业,是在追求民生福祉、美好生活的方面实现现代化。

酒店业是典型的民生行业、重要的生活服务业。与人民群众所拥有的旅游权利一样,全体人民也拥有去酒店消费的权利,这是大众旅游时代最为核心的特征,也是人民群众追求美好生活的必然要求。我国酒店业的发展能够加速城市化进程,对城市更新和改造起到重要的推动作用,为城乡人民群众追求美好生活创造更多条件和机会。例如,一些废旧厂房、办公楼等物业改造为新兴酒店,从而带动城市更新,拉动城市居民和旅游者的消费,为本地居民和外来人员创造就业岗位和创业机会。此外,我国酒店业发展也能够进一步推进乡村振兴工作,大量精品民宿、民宿集群、精品酒店、露营地、目的地酒店等建设运营,使得我国乡村旅游发展进入新阶段,能够壮大乡村集体经济,改善乡村人民生活水平,助力美丽乡村建设,实现乡村地区共同富裕。

我国酒店业已开始布局规模巨大的下沉市场,包括三四线城市、重点县

级市和乡村,从而进一步改善我国劳动力在城乡分布、地域分布的不均衡状况,在产业结构优化的同时优化劳动力结构。此外,酒店业能够吸纳大量劳动力,尤其是大中型连锁酒店、高端酒店等,能够为农民工进城提供就业通道,并在持续的工作和培训中提升劳动力素质。

## 三、物质文明和精神文明相协调的现代化

物质文明与精神文明相协调的现代化体现在我国酒店业,是在追求硬

件技术和软件服务的协调融合中迈向现代化。

硬件技术方面,物业集成化改造和模块化装饰装修技术使得酒店硬件产品生产技术真正实现工业化、标准化、定制化,酒店建筑施工及装修的工程技术效率得到极大提高。同时,酒店业作为新的生活方式的引领行业,在吃、住、用、娱等要素领域的创新是社会物质文明进步的风向标。此外,包括大数据、人工智能、物联网、元宇宙等新兴科技全面渗透和应用到酒店的运营、管理和服务各方面,为我国科技创新提供了充分的应用场景。可以说,得益于技术进步,我国酒店业实现了“硬件革命”、弯道超车,在硬件技术方面初步实现现代化,促进了我国物质文明建设。

软件服务方面,我国酒店业也开始高度重视,注重先进理念的借鉴与中国服务的打造。一方面,在文旅融合背景下大力推动有中国文化特色的生活方式酒店、文化主题酒店、文化遗产酒店等发展,促进中国文旅融合服务模式的全面推广、走向世界,从而促进精神文明建设,并提高国人的文化自信。另一方面,在全球化背景下借鉴各国优秀理念,通过中外合资和合作的模式,引入和打造更加多元化、全球本土化(globalization)的酒店品牌,例如,首旅与凯悦打造的逸扉、锦江和希尔顿打造的欢朋等,从生活方式、文化底蕴、管理模式等方面提升了我国酒店业的人为影响力。

## 四、人与自然和谐共生的现代化

人与自然和谐共生的现代化体现在我国酒店业,是在“两山”理念、双碳目标指引下追求绿色发展和低碳环保的现代化。

我国酒店业始终坚持走绿色发展道路,在旅游星级饭店评定、绿色饭店评定等国家标准中充分体现绿色发展要求,坚持低碳环保理念,倡导绿色消费行为,坚定实施绿色战略与管理,如绿色建筑、绿色环保设备设施、绿色产品和服务、绿色运营管理体系等。此外,头部酒店集团及上市公司,如锦江、首旅、华住、君亭等,开始发布国际

ESG评价体系报告及企业社会责任报告,采取负责任的绿色环保行为,努力践行企业社会责任,体现大国大责任担当,为我国酒店业实现全面绿色发展、可持续发展起到了引领作用。

特别值得关注的是,我国很多自然保护区环境优美但需要特别注重环境保护的地区,往往是远离城区的郊区、乡村地区,因为发展旅游和休闲度假等活动需要建设大量住宿设施。这些地区的住宿设施建设,如度假酒店、会议酒店、精品民宿、房车营地等,要坚守生态保护的底线和红线,坚持与当地自然生态、社会环境相融合,通过打造生态酒店、环保酒店、健康养生酒店等,实现酒店与自然的和谐共生。

## 五、走和平发展道路的现代化

走和平发展道路的现代化体现在我国酒店业,是在双循环格局下展示中国服务文化、倡导中国式生活美学以及促进中外人文交流的现代化。

我国酒店业中很多高端酒店是一个地区的地标性建筑,是该地区举办高端国际性会议和大型节事活动的重要场所,是一个城市的“会客厅”和文化名片,是对外展现中国发展成就、中国文明风尚和中国优秀文化的重要窗口。当前很多本土酒店在探索中国式接待服务模式,如首旅诺金酒店、白天鹅宾馆、海景花园大酒店、碧水湾温泉酒店等,用有温度的服务体现殷勤好客、无微不至、充满亲情的中国文化,很多酒店的服务在海外都有较高知名度。

我国很多本土酒店也是中国文化和传播的舞台、中外人文交流和文明对话的平台。例如,依托中华饮食文化进行餐饮创新,让宾客体验“舌尖上的中国”;依托中华养生文化,为宾客提供中国式健康生活方式体验;从中华优秀传统文化中发现中国式生活美学的真谛,让宾客在入住期间的日常起居和衣食住行中就能够深入了解中国文化。这些实践是新时代我国酒店业为加强中外人文交流、促进世界和平发展给出的中国模式、中国风格和中国方案。

(作者单位:北京第二外国语学院旅游科学学院)

# 我国露营旅游发展历程与展望

□ 李志勇 杜晓辉 沈和江

作为一种新兴的旅游业态,露营旅游凭借其短途化、聚集性低、私密兼顾社交、消费便捷、体验性强等优点强势占据了旅游市场,成为新的旅游消费增长点。

## 一、中国露营旅游的发展与类型

### (一)发展历程

露营集观光、休闲、娱乐、户外教育、体育竞技于一体,是享受生活、亲近自然最好的旅游方式之一。相比发达国家,我国露营旅游还处于起步阶段。露营旅游的概念最早出现在1997年,吴承熙在其《中国旅游规划30年回顾与展望》一书中指出,“专业化户外游憩基地(露营地、环境教育基地等)建设成为必然趋势”。2013年,国务院出台《国民旅游休闲纲要》,从国家层面正式提出露营旅游。为推动露营旅游快速发展,2016年《休闲露营地建设与服务规范》国家标准出台并实施,对休闲露营地的建设和服务事项提出了具体要求;2019年文化和旅游部发布《自驾游旅居车营地质量等级划分》,并组织开展评定。2020年以后,中国的露营地如雨后春笋般涌现,分布在景区、城郊、乡村、山野等地。艾媒咨询发布的《2021—2022年中国露营地发展现状》及消费行为数据研究报告》提出,露营旅游是国民健康旅游和生活的重要内容,营地是露营地旅游最重要的载体。2014年至2020年中国露营地市场规模从77.1亿元增至168.0亿元,复合增长率达13.9%。2021年12月,国务院印发的《“十四五”旅游业发展规划》提出,推进自驾游旅居车旅游,实施自驾游推进计划,形成网络的营地服务体系和比较完整的自驾游旅居车旅游产业链,推出一批自驾游旅居车营地和旅游驿站。据统计,目前全国已建和在建的汽车营地不到2000家,根据《自驾游旅居车营地质量等级划分》行业标准及认定细则,全国5C、4C级自驾游旅居车营地只有35家。由此可见,我国露营地建设在数量和质量上还有巨大潜力。

为认真贯彻落实党的二十大精神,落实《“十四五”旅游业发展规划》《国民旅游休闲发展纲要(2022—2030年)》有关要求,丰富旅游休闲产品供给,有序引导露营地旅游休闲发展,不断满足人民群众美好生活需要,2022年11月,文化和旅游部等十四部门印发了《关于推动露营地旅游休闲健康有序发展的指导意见》。意见明确提出,“露营地旅游休闲是指在户外使用自备或租赁设备以休闲游憩、运动娱乐、自然教育等为主要目的,在有明确范围和相应设施的营地场所驻留的活动。”意见提出,“推动全产业链发展。做大做强露营地旅游休闲上下游产业链,提升全产业链整体效益。引导露营地规模化、连锁化经营,孵化优质营地品牌,培育龙头企业。”以深化供给侧结构性改革为主线,顺应人民群众旅游休闲消费体验新需求。”

(二)主要类型

- 根据露营装备,分为传统露营、便携式露营和精致露营。传统露营指几乎只带背包进行的露营活动,追求的是苦行僧式的旅行体验。便携式露营指所有的露营设备均由营地提供,旅行者不用带任何设备。精致露营则融合户外美学,配有房车、卡式炉、咖啡机和星星灯等装备,更加符合现代人的休闲娱乐需求,是目前比较流行的露营地选择。
- 根据露营方式,分为常规露营、汽车露营、房车露营、特殊露营。常规露营地指徒步或驾驶车辆到达露营地,通常是山谷、湖畔、海边,露营者(又被称为背包客或驴友)可以生篝火、烧烤、野炊、唱歌。汽车露营指狭义上的汽车露营,露营者驾驶小轿车、卡车等常规车辆,携带帐篷、睡袋、防潮垫、户外炊具等露营设备,在合适地点进行露营。房车露营指广义上的汽车露营,是驾驶房车进行的露营活动。特殊露营是指特殊活动的露营,比如长距离攀岩,露营者将帐篷挂在悬崖边进行的露营活动。
- 根据露营地驱动力,分为景区驱动型、资源驱动型、市场驱动型和设施驱动型。在我国露营地发展中,景区驱动型是指依托景区,在其内部或附近划出特定区域设立的营地,为景区提供更加丰富的旅游产品。资源驱动型是指建设在尚未开发的自然生态环境或自然景观点十分突出的环境中的营地。该类营地主要提供补给、露营等基本服务产品。市场驱动型是指以大中城市为核心,在城郊接合部的旅游特色村镇或特色旅游资源聚集区开发建设的营地。这是

目前我国营地发展中最为常见的一种类型。设施驱动型指以移动木屋、房车、帐篷等不同类型的住宿设施为载体,配套开发各类型休闲娱乐旅游产品形成的综合性旅游休闲度假地,兼具体育运动、休闲度假、养生康体、商务会议、亲子游乐等多重功能,这种模式更加符合未来的旅游需求。

## 二、国外露营旅游的发展经验

### (一)美国露营地旅游

- 重视休闲教育。美国许多高校设置了休闲、娱乐与户外运动管理等专业,为户外产业输送了专业管理人才,使露营地实现了更为专业化的管理。
- 多样化经营模式。以汽车露营地为例,美国露营地达两万多个,在经营方式上实行多样化的模式,主要包括私人营地、政府公共营地、合作经营营地等,营地建设严格遵循减少拥挤、保护环境 and 亲近自然的原则。

### (二)日本露营地旅游

- 注重保护生态。露营地通常选择在交通干道与旅游景点之间的重要节点,既为露营地提供往返便利,又充分考虑到露营地与景点之间的距离。尤其是汽车营地的开发,注重实施生态性开发,尽量避免破坏自然景观,实现人与自然的和谐统一。
- 合理进行分区。根据露营地的特色,划分餐饮、住宿、游览、购物、娱乐、休闲等功能区,还为露营地提供金融保险、信息咨询、汽车保养和维护等服务,通过多种服务功能的划分,为露营地营造更好的露营地环境。

### (三)欧洲露营地旅游

- 建立严格的生态环保系统。欧洲露营地建设注重环境保护,如,法国在2006年就制定了《全国房车露营地风景质量宪章》,具体措施包括废弃物回收、水资源再利用、在露营地增设垃圾分类设施等。在露营地开发上,强调体现当地风景价值,与周边环境相一致。
- 实施标准化运作。欧洲主要是按照分级标准评定房车露营地设施和服务质量。如,法国露营地根据营地容量、供水设施、道路状况、照明状况、娱乐设施规格划分为四个星级。丹麦从建筑物、场地、设施三个方面将露营地划分为五个星级。

## 三、中国露营旅游发展对策建议

(一)推动露营地品质化发展

各地要认真落实《关于推动露营地旅游休闲健康有序发展的指导意见》有关精神,出台配套政策,推动公共营地建设,扩大公共营地规模,提升服务质量。鼓励支持经营性地营地规范建设,提高露营地品质。鼓励利用各类现有空间和场所,依法依规发展露营地旅游休闲功能区。同时推进部门协调,做到房车要有制造标准,放宽房车上牌照、推行房车保险服务等。

(二)开发“露营+”产品

露营的核心属性就是拥抱自然,在发展自驾游旅居车露营地、帐篷露营地、青少年营地等多种营地形态的同时,应打造“露营+”特色产品,实现功能聚合,如开展“露营+赛事活动”“露营+户外运动”“露营+自然教育”“露营+休闲康养”等,把更多元素融入露营产品,开启“露营夜经济”消费模式,使特色体验逐渐成为露营地标配。

(三)保护露营地生态环境

精致露营是通过将餐饮、住宿置于自然的环境、风格化的场景中,把露营地变成一种沉浸式玩乐体验的休闲度假方式,是与自然最完美的结合。在精致露营地发展中,更要重视露营地环境保护,使环境更接近自然;在装备配置上,要融入风格化元素,使游客享受到独特的审美乐趣和身心的放松。

(四)延伸露营地产业链

要运用旅游产业扶持政策,鼓励支持旅居车、帐篷、服装、户外运动、生活装备器材等国内露营地行业相关装备生产企业进行创新研发,丰富产品体系,优化产品结构,打造个性化、高品质露营地装备。培育露营地产业咨询培训、规划设计等有关专业机构,推动露营地旅游休闲上下游产业链各环节协同发展,延伸露营地旅游休闲产业链。

(五)实现露营地智能化发展

随着露营者群体的年轻化、科技信息技术的快速发展,露营地对露营地设施智能化的要求越来越高,露营地不但要提供设施和场所,还要为露营地提供智能生活和舒适空间,如智能家居房车、智能充电桩、智能烧烤等,使游客感受到智能科技带来的全新舒适体验。

(作者单位:河北师范大学)

# 旅游节庆服务品牌化发展的上海实践与启示

□ 宋长海 楼嘉军 李平

作为助力打响“上海文化”和“上海旅游”品牌、塑造卓越城市软实力的生动实践,“上海旅游节活动服务”于2022年7月成功通过“上海品牌”认证。这意味着上海旅游节在品牌化培育、标准化建设和影响力打造等方面取得了标志性成果,预示着我国旅游节庆步入高质量发展轨道。这一成果得益于上海旅游节30余年的品质积淀和国内首个旅游节庆活动领域的团体标准——《旅游节庆服务认证要求》(T/STIC 120061—2022)(以下简称“节庆服务团标”)的制定及实施。

## 一、以团体标准推动旅游节庆服务品牌化

培育发展团体标准是国务院深化标准化工作改革的关键举措和重要成果之一。团体标准与强制性国家标准、推荐性国家标准、推荐性行业标准、推荐性地方标准、企业标准等共同构成了我国现行的标准体系。2015年国务院印发的《深化标准化工作改革方案》提出,“在标准制定主体上,鼓励具备相应能力的学会、协会、商会、联合会等社会组织和产业技术联盟协调相关市场主体共同制定满足市场和创新需要的团体标准,供市场自愿选用,增加标准的有效供给。在标准管理上,对团体标准不设行政许可,由社会组织和产业技术联盟自主制定发布,通过市场竞争优胜劣汰。国务院标准化主管部门会同国务院有关部门制定团体标准发展指导意见和标准化良好行为规范,对团体标准进行必要的规范、引导和监督。在工作推进上,选择市场化程度高、技术创新活跃、产品类标准较多的领域,先行开展团体标准试点工作。支持专利融入团体标准,推动技术进步”。因此,制定团体标准旨在进一步激发市场活力,同时为国家标准积累前瞻性应用数据。

按照上海市地方标准《“上海品牌”认证通用要求》(DB31/T1048—2020)的规定,“上海品牌”认证活动包括认证申请、标杆性组织评价、产品或服务认证三个环节。其中,在“认证申请”环节中,明确了企事业单位或其他

社会组织在申请“上海品牌”认证时,应确保组织申请认证的产品或服务具备相应的标准且须通过先进性评价。为此,节庆服务团标由上海市文化和旅游主管部门联合相关权威机构、行业学界等社会多方共同制定,于2022年4月22日由上海市检验检测认证协会发布,同年4月30日实施。节庆服务团标以上海市地方标准《旅游节庆活动服务质量要求》(DB31/T1029—2016)为立足点,对标《大型活动安全要求》(GB/T33170—2016)、《节庆活动管理办法(试行)》、《节庆活动管理办法实施细则》(国清组发〔2019〕1号)等,从旅游节庆服务工作的实际出发,包含筹备服务、现场服务、保障服务、合作服务、后续服务等五个方面的服务内容,以及包含通用要求和特定要求的管理要求,形成了近百项旅游节庆服务、管理的规范项目,系国内首个旅游节庆活动类的团体标准,适用于认证机构实施旅游节庆服务认证活动,也适用于旅游节庆举办单位规范其服务活动,以及举办单位的相关方对其符合性的确认。

## 二、节庆服务团标的价值和意义

- 有利于国内旅游节庆高质量发展。“上海品牌”认证是上海品牌国际认证联盟面向上海高品质产品和服务品牌提供授权的专业认证服务,是上海建设“五个中心”、打响“四大品牌”的重要举措。因此,节庆服务团标在保障上海旅游节庆活动领域标准供给的同时,可以更好地发挥以上海旅游节为龙头的上海旅游节庆服务标准化规范、标准化示范、创新性引领的航向标作用。节庆服务团标的制定和实施也为国内旅游节庆高质量发展和高品质品牌打造提供了借鉴。
- 有利于增强文旅企业在经济活动中的竞争能力。按照《团体标准管理规定》(国标委联〔2019〕1号),团体标准是依法成立的社会团体为满足市场和创新需要,协调相关市场主体共同制定的标准,不得低于强制性标准且鼓励高于推荐性标准的相关技术要求。团体标准的制定应当有利于促进

科技成果的转化,以旅彰文,有利于提升产业的技术水平、创新能力和产品质量。因此,高于强制性标准和推荐性标准相关技术要求的节庆服务团标,为上海旅游节庆发展确立了更高的目标,有利于实现市场引领的作用,进而激发市场活力,增强企业的竞争力。

- 有利于推动长三角旅游一体化发展。就实施长三角一体化发展战略而言,制度创新和政策引领是关键中的关键。节庆服务团标的示范效应有利于以一体化的思路和举措打破长三角文旅行业壁垒、提高政策协同,促进长三角旅游一体化发展,进而推动长三角旅游一体化发展。节庆服务团标的制定和上海旅游节活动服务的品牌认证,为长三角旅游一体化发展过程中的制度设计及政策创新提供了可借鉴可复制的成功经验,并将通过长三角发挥更广的辐射带动效应。

## 三、上海旅游节活动服务品牌化的经验启示

- 旅游节庆活动品质需要长期积淀。旅游节庆活动品质的长期积淀为上海旅游节活动服务成功通过“上海品牌”认证奠定了坚实的基础。首先,注重精细化管理。上海旅游节历来重视服务质量的精细化管理,早在2016年,上海就率先制定并实施了《旅游节庆活动服务质量要求》(DB31/T1029—2016),开国内先河。此次上海旅游节活动服务的品牌认证,既是对上海旅游节30余年举办成果的一次系统全面的回顾,也是上海旅游节办节模式、形象内涵和服务品质沉淀的集中体现,更是认证专家组对上海旅游节服务质量和精细化管理能力的高度认可。其次,注重产品与服务供给的迭代更新。在“一区一品”办节理念的引领下,市区多级部门对主承办的节庆活动品质严格把控,培育出“玫瑰婚典”“唐韵中秋”等一批市民游客广泛认可的经典品牌产品。上海旅游节始终致力于迭代更新,正如上海市文化和旅游局局长方世忠总结的那样,“不断在‘变与不变’中寻求自我突破,探索模式创新、努力引领潮流。”变就是从上海最有资源、最有优势、最有特质的地

方出发,以文塑旅,以旅彰文,为广大家庭游客提供新的资源、新的体验和新的玩法。“不变”的就是旅游节的宗旨初心,让市民游客走进美好与欢乐。上海旅游节积淀形成的“服务的高品质和管理的高能级”正好符合节庆服务团标在服务要求和管理要求方面提出的高标准。

- 节庆服务团标提供了品牌认证的标准要求。节庆服务团标的制定为上海旅游节活动服务成功通过“上海品牌”认证提供了制度保障和标准要求。节庆服务团标的顺利出台主要得益于其依据的科学性、指标的先进性和格式规范性。该团标符合《团体标准管理规定》(国标委联〔2019〕1号)、《上海市实施团体标准管理规定办法》(沪市监规范〔2019〕8号)等相关文件规定。该团标的关键指标通过了先进性评价,主要包括旅游节庆活动举办周期每年至少一次、旅游节庆累计接待游客≥500万人次、参与旅游节庆的境外国家和地区≥10个、旅游节庆期间无人为处理不当而导致的重大伤亡事故、投诉处理率100%、观众满意度≥85%等。
- 节庆品牌与城市品牌互促共进。上海旅游节活动服务成功通过“上海品牌”认证,意味着上海旅游节品牌主动融入上海城市品牌矩阵。上海旅游节品牌丰富和拓展了上海城市品牌的内涵,上海城市品牌亦为旅游节庆品牌可持续发展提供了更为广阔的舞台。作为上海都市旅游的重要组成部分,上海旅游节是承载和宣传上海城市形象的名片,成功通过“上海品牌”认证的上海旅游节必将成为上海城市形象的金名片,进而推进上海旅游品牌融入上海城市品牌矩阵的速度和力度。上海正利用上海旅游节庆品牌的标志性、影响力与美誉度,全力打响“上海文化”“上海旅游”品牌,提升上海的国际知名度,增强上海的全球叙事能力,讲好精彩的上海故事。节庆品牌与城市品牌互促共进,必将有力助推上海世界著名旅游城市建设。

(作者单位:上海电子信息职业技术学院,华东师范大学,上海师范大学,上海市文化和旅游事业发展中心)