

时评

推动文旅深度融合 激发行业复苏动能

□ 戴斌

2023年全国文化和旅游厅局长会议在系统总结过去5年的理论成果和实践经验的基础上,进一步明确了当前和今后一个时期文化和旅游深度融合的工作方针。会议聚焦文化和旅游深度融合的理论创新成果、旅游市场复苏和旅游业高质量发展的政策创新及任务部署,引发全系统和全行业的高度关注

2023年全国文化和旅游厅局长会议是党的二十大之后文化和旅游系统召开的第一次全国会议,也是进一步优化疫情防控政策“新十条”和“乙类乙管”实施后召开的一次全行业高度关注的会议。会议聚焦文化和旅游深度融合的理论创新成果、旅游市场复苏和旅游业高质量发展的政策创新及任务部署,引发全系统和全行业的高度关注。

党的二十大报告提出,“坚持以文塑旅、以旅彰文,推进文化和旅游深度融合发展”,较以往增加了“深度”二字,提出新的更高要求。如何科学把握文化和旅游深度融合的理论内涵、价值取向、功能转化和实践路径,是文化和旅游系统、旅游行业需要面对的现实课题。

2018年以来,文化和旅游系统在习近平新时代中国特色社会主义思想指引下,从大众旅游的人民性出发,提出文化建设和旅游发展都是为了满足人民日益增长的美好生活需要。本次会议在系统总结过去5年的理论成果和实践经验的基础上,进一步明确了当前和今后一个时期文化和旅游深度融合的工作方针:坚持优势互补、相得益彰,让“诗”和“远方”在共创美好生活中“融”得自然、“合”得协调。

文化事业、文化产业和旅游业在共创美好生活的旗帜下,正面回答了“为什么融”和“如何融”的关键问题。坚持文旅相长,找准两者相

性、契合处、联结点,形成兼具文化和旅游特色的新产品、新服务、新业态,而不再拘泥于学术层面的表里之分和体用之争。这些体现新时代特点的理论创新成果,必将成为文旅深度融合的理念共识和旅游复苏的精神力量。

在过去5年的理论建设和实践探索过程中,文化和旅游系统充分认识到“市场主体是融合发展的创新实践主体,培育融合发展的市场主体要尊重市场规律”,既要强调“宜融则融、能融尽融”,又要看到不宜融、不能融则暂时不融。经由改革开放以来40多年的发展,旅游已经成为经济属性强的战略性支柱产业和市场化程度高的现代服务业,公共文化、非物质文化遗产、艺术创作、文化外交等文化事业,包括文化贸易、数字文化、文化企业在内的文化产业,则具有更多的意识形态属性,市场化程度和产业化水平还有待强化。

本次会议要求在推动文旅深度融合发展过程中,必须实事求是,尊重遵循各自发展规律,多在“深”“实”上下功夫,科学有序推进。无论是旅游企业,还是文化机构,都必须让自身成为具有战略引领力和产品创新力的市场主体,才能在深度融合过程中产生“1+1>2”的化学反应。

经过5年的实践探索,特别是面对疫情发生以来旅游市场的收缩,业界进一步认识到“景观之上是生活”

“从风景到场景,旅游目的地是生活环境的总和”“从戏剧场到菜市场,重新发现旅行的美好”等一系列新论断的现实意义和实践价值。

坚持以文塑旅,就是要以社会主义核心价值观引领旅游业创新发展,让民族复兴、人民幸福的中国梦成为旅游业高质量发展的新动能。在实践中引入科技、文化、教育支撑的时尚元素和创意团队,让优秀文艺作品和优质旅游产品相互借鉴、相互支撑,提升旅游品位,让旅游成为难忘的精神之旅、文化之旅。

坚持以旅彰文,不能只是一句口号,而是通过绿色旅游和文明旅游,推动中华优秀传统文化活起来、革命文化传下去、社会主义先进文化弘开。从世界文化发展规律来看,艺术的高度往往需要以市场的厚度为支撑。稳步复苏的旅游需求,加速回暖的旅游市场,数十亿人次的国内旅游者、上亿人次的出境旅游,完全可以在带动文化传播和推动文化繁荣战略进程中扮演更加关键的角色,发挥更加积极的作用。

党和国家机构改革以来,文旅融合发展已经积累了不少好的做法与经验。过去3年,文化和旅游系统在统筹推进疫情防控和复工复产方面发布实施了许多行之有效的产业政策与行政举措。本次会议要求在认真总结经验、抓好工作落实的基础上谋划推出一批示范性政策举措。建设一批富有文化

底蕴的世界级旅游景区和度假区,打造一批文化特色鲜明的国家级旅游休闲城市和街区。推动旅游演艺、文化遗产旅游、沉浸式体验等已有融合业态转型升级,培育新型融合业态。要研究制定深化文化和旅游领域项目管理的政策文件,推进全国文化和旅游投融资项目库建设。加快建立文化和旅游产业投资基金。

文化和旅游深度融合还体现在人类命运共同体理念指引下的对外文化交流和旅游合作领域。会议提出,要统筹好文化传播和旅游推广,在文化传播中附加旅游推广,在旅游推广中注入文化元素。完善中外文化和旅游交流合作机制,办好中西文化和旅游年、海外中国旅游文化周,办好中国国际旅游交易会,推进边境旅游试验区、跨境旅游示范区建设,将“美丽中国”升级为“美好中国”。

刚刚过去的元旦假日旅游市场数据显示,全国国内旅游出游5271.34万人次,同比增长0.44%;实现国内旅游收入265.17亿元,同比增长4.0%。更多的先行指标也表明,出游意愿、消费预期、产业景气、企业家信心等与旅游有关的指标都指向更加积极的方向。本次会议擘画了文旅融合新蓝图,部署了旅游复苏新任务,让我们有更加充分的理由对2023年旅游经济的预期由谨慎乐观上调为乐观。

(作者为中国旅游研究院院长)

深入实施旅游兴疆战略 推动旅游业高质量发展

□ 燕乃敏

我们将深入实施旅游兴疆战略,推动新疆由旅游资源大区向旅游经济强区转变,努力将新疆打造成为世界重要旅游目的地

习近平总书记在新疆考察时指出,要正确处理经济社会发展和生态环境保护的关系,推动文化和旅游融合发展,打造富民产业。

党的十八大以来,新疆各地纷纷将旅游业确立为国民经济的重要支柱产业,特别是在党中央、国务院及相关部门、19个援疆省市的大力援助支持下,新疆旅游业进入快速发展的黄金期。

在新时代,围绕努力将旅游业打造成经济高质量发展的朝阳产业、各族群众增收致富的惠民产业和展示新疆团结稳定、和谐幸福、生态良好的明星产业,我们将深入实施旅游兴疆战略,推动新疆由旅游资源大区向旅游经济强区转变,努力将新疆打造成为世界重要旅游目的地。

深入实施旅游兴疆战略。全面考虑、系统谋划推动旅游业在拉动经济增长、促进就业增收、丰富文化生活、扩大交往交流、增进民族团结、推动社会进步等方面发挥重要作用,坚持以游客为中心、质量第一、效益优先原则,不断丰富旅游供给,努力提高供给质量。一方面,深入实施“旅游+”工程,积极培育低空旅游、沙漠旅游、古道探险、自驾游、研学游、康养游等旅游新业态,更好满足多层次旅游消费需求。高质量推动冰雪旅游,努力把新疆发展成世界冰雪运动和冰雪旅游胜地。加快发展特色餐饮美食和精品文化酒店,改善发展条件,发展特色旅游商品购物产业。另一方面,深入实施“+旅游”工程,推动工业、农业、交通、金融、科技、教育、医疗和养老等与旅游业深度融合,培育旅游新业态,构建全新旅游产品供给体系;完善旅游公共服务体系,加强旅游交通体系、咨询服务体系、标识系统、价格监测、安全预警和应急救援体系建设,推动旅游业可持续发展。

推动文化和旅游深度融合。坚持以文塑旅、以旅彰文,不断巩固优势互补、双赢共赢的良好态势。实施文物保护开发利用重点工程,推进阿克苏别迭里烽燧、巴州拉依苏、米兰等长城国家文化公园项目建设。实施文旅融合项目工程、旅游景区内涵提升工程,设立“文旅融合”专项课题,推进自治区级文旅融合展示示范性研学基地建设。继续开展“微笑新疆”服务质量提升行动为抓手,抓好旅游标准化体系建设,着力推进景区、旅行社、旅游饭店、民宿及导游服务质量等级评定管理。落实联合执法处巡机制,净化旅游市场环境。健全完善文旅系统舆情处置机制,举办“吐槽”大会等,把舆情处置的过程转化为提升工作能力和水平的契机。

(作者系新疆维吾尔自治区文化和旅游厅党组书记、副厅长)

期待更多旅游乡村走向世界

□ 何勇海

中国坚持创新、协调、绿色、开放、共享的新发展理念,大力实施乡村振兴战略,努力建设人与自然和谐共生的美丽中国,培育了一批生态美、生产美、生活美的乡村旅游目的地

不久前,联合国世界旅游组织公布了2022年“最佳旅游乡村”名单,中国广西大寨村、重庆荆竹村成功入选。加上此前入选的浙江余村和安徽西递村,我国已有4个乡村入选联合国世界旅游组织“最佳旅游乡村”。

联合国世界旅游组织“最佳旅游乡村”评选,旨在促进旅游业在保护乡村自然资源、景观和文化多样性等方面的作用。浙江余村,十余年来关闭矿山,修复生态,大力发展乡村旅游,成功将生态资源优势转化为经济发展优势,实现了生态保护和民生改

善的共赢。安徽西递村从20世纪80年代末开始发展乡村旅游,以徽派传统古建筑和田园风光吸引了大量游客,通过探索文化遗产在保护中活化利用,从一个欠发达的村庄发展为国内外知名的乡村旅游目的地。

这次入选“最佳旅游乡村”的广西大寨村,充分利用当地农耕梯田、红瑶文化和自然风光发展乡村旅游。同时,以旅游收入反哺古民居、古建筑保护,实施梯田景观修复;厚重的红瑶民族文化、壮丽的梯田风光交相辉映,相得益彰,彰显了中国传统农耕

文明中国地制宜、天人合一的智慧。重庆荆竹村,一方面保留着根植于独特地理文化环境的生活方式和建筑特色;另一方面,引入现代创意再造公共空间,利用当地的瓷砖、木材和夯土墙来呼应和推广村庄传统文化,为古老村庄注入了生机与活力。

无论是余村和西递村,还是大寨村、荆竹村,均向世界展示了一个有目共睹的事实:中国坚持创新、协调、绿色、开放、共享的新发展理念,大力实施乡村振兴战略,努力建设人与自然和谐共生的美丽中国,培

育了一批生态美、生产美、生活美的乡村旅游目的地。这些村庄的入选,让世界深入了解了一个健康、可持续发展的中国——中国已经走出一条文化和旅游深度融合、人与自然和谐共生、物质和精神共同富裕的乡村发展道路。

事实正是如此。近年来,我国乡村旅游蓬勃发展,不仅成为乡村全面振兴、旅游市场复苏的强劲动力,也为乡村群众铺就了脱贫致富路,为解决人类面临的共同问题作出独特贡献。比如,广西大寨村的减贫经验还走出了国门,到老挝象龙村进行“友好村”互访交流。湖南十八洞村、贵州花茂村、河北德胜村、江西神山村等昔日贫困村已经变成了全国乡村旅游重点村。

期待更多美丽乡村,不仅在美丽中国的壮美画卷上留下浓墨重彩的一笔,也以独特的气质、新的时代内涵走向世界,向世界展示生生不息的优秀乡土文化。

旅游消费加速回暖 美团启动“当地参团商家助力计划”

旅游消费加速回暖,跨省游持续升温。游客自行预订大交通到达目的地后,报名当地旅行团深度游览,成为行业消费新趋势。为助力商家抓住市场变化,美团启动“当地参团商家助力计划”,提供专属流量扶持、“最快4小时入驻绿色通道”、“7天超短结算周期”等多项服务权益,帮助商家留住新客源,获得增量收益。

品质小团逆势上涨 新增“当地参团”频道入口

受旅游体验需求提升等多重因素影响,小车拼团、旅拍、冲浪、露营等个性化玩乐消费形态受青睐。美团数据显示,2022年全年,包含以上关键词的品质小团订单量同比增长3倍以上。

四川思鹿国际旅行社主营四川、西藏、新疆、东北地区当地3天以上长线参团线路,该旅行社负责人戴涛介绍,近几年,思鹿主攻6-15人的目的地小型旅游团,根据淡旺季策划赏花、冰川等不同主题的品质出游线路,年营业额持续上

涨。2022年12月,旅行社订单环比翻了兩番,异地客源主要来自东部沿海城市和各大省会城市。为迎接春节市场和各大省城城市。为迎接春节市场,旅行社加大了冬游线路的开发,希望让游客“花不贵的价格,玩得地道”。

美团相关负责人介绍,“当地参团商家助力计划”围绕商家线上经营场景的全链路展开,经营“当地参团”业务的新、老商家都能获得不同维度的支持,“更多流量曝光,更快资金回款,更便捷交流服务”,支持商家把握行业回暖和春节旅游消费时机,助力本地旅游实体经济增长。

为此,美团新增“当地参团”频道入口,在美团、大众点评App首

页、用户搜索区和“景点门票/周边旅游”频道设置流量专区,当地参团商家将获得较之前10倍以上的曝光机会,创新线路和特色产品还将额外获得流量加权;针对新入驻的“当地参团”新商家,开设“绿色通道”,简化新商家入驻、上单审核、问题反馈的业务流程,符合注册资质的商家最快4小时即可完成认证。

针对结算、用户沟通等场景,美团推出“7天超短结算周期”服务,升级在线客服咨询服务能力。在游客出行日7个自然日后,商家即可收到回款,不用等到用户行程结束再计算回款周期,有利于加速资金回笼,缓解资金周转压力。在线客服咨询等产品能力升级,帮助

商家提升用户服务效率,服务用户数量可提升3倍。

本地生活服务优势 助力商家把握游客即时需求

“美团给商家的是稳定的客流量和实实在在的交易便利,合作几年来,美团带来的订单数量和占比不断提升。”成都简美旅行社负责人李波表示,通过美团报名当地旅行团的用户临时性和随机性更强,“游客自己买好了机票、火车票到另外一个城市,人生地不熟,于是打开美团搜一搜,看看哪里好玩、哪里好吃就下单了,并不需要太长的决策周期。我们也通过与美团的合作,不

断调整产品形态,提升服务能力,为游客提供更地道的本地玩法。”

在三亚经营旅行社的林先生发现,旅拍、冲浪等新兴玩乐线路深受年轻人喜爱。之前,受区域限制,旅行社在全国范围内的品牌影响力相对较弱。从2019年开始,旅行社重点转向互联网平台上经营。美团等互联网平台能帮助其打开市场知名度,辐射全国的线上流量,有效弥补线下门店订单的缺失,带来客流“增量”;同时,互联网平台相对完善的对接流程和机制,使得公司现金流更稳定。

业内人士分析,美团全面打通了“吃住行游购娱”等多个消费场景,当消费者有着娱乐、出游需求时,往往会打开美团寻找合适的本地商家下单消费。因此,美团成为连接本地商家和游客的重要渠道,“当地参团商家助力计划”提供的多项服务,也将成为旅游经济加速复苏的“助推器”。

新举措 新权益

01 全新频道入口 日均千万曝光

为助力市场复苏,平台开通全新“当地参团”频道页,日均新增千万量级流量曝光;

02 咨询能力升级 助力商家提效

升级IM咨询服务产品能力,助力商家降低运营成本,提升服务效率。

03 超短结算周期 7天即可到账

游客出行日7天后即可回款,不用等到用户结束行程,更不用拖到月底。

04 新品流量扶持 优质商品加权展示

对新品“潜力股”,平台将投入流量重点扶持,不与老产品PK排名,专属赛道,让你首发领跑。

05 三大绿色通道 一键省心入驻

新商家入驻通道:快速审核材料,签约入驻超省心。
上单审核通道:审核提速高效上线,超省时。
问题反馈通道:商家反馈及时处理,超省力。