

时评

以“四个持续”推动行业高水平复苏高质量发展

□ 特约评论员 马振涛

旅游从业者要认清形势、服务大局，在稳中求进中激发复苏动能，在埋头苦干中提升工作效能，在改革创新中挖掘发展潜能。同时，针对今年春节假期暴露出的不足和问题，积极补短板、强弱项，努力探索一条高水平复苏、高质量发展的新路

今年春节假期是我国实施新冠病毒感染“乙类乙管”后的第一个长假，业界对于旅游行业复苏寄予了更多希望。从统计数据看，春节假期，全国国内旅游出游3.08亿人次，同比增长23.1%，恢复至2019年同期的88.6%；实现国内旅游收入3758.43亿元，同比增长30%，恢复至2019年同期的73.1%。从重点城市、景区及涉旅重点行业情况看，西安、三亚、成都、重庆、上海、长沙、昆明等重点旅游城市迎来客流高峰，各大景区人头攒动，酒店房间保持高入住率，餐饮消费快速回暖；海南离岛免税销售火爆，日均销售额破3亿元。

作为2019年以来首个不用就地过年的春节，今年春节假期旅游市场交出了3年以来最亮眼成绩单，旅游业重现久违的朝气和繁荣，不少游客直呼“熟悉的感觉回来了”。然而，也应注意到，国内旅游人数与消费支出的修复速度温和，仍未达到疫情前的状态，旅游人次与消费水平增速依然不同步。旅游、消费收入等统计数据相对于2019年甚至是疫情前相对平稳的2020二季度、2021年一季度偏低，且出游人次的增加并未产生与之匹配的旅游消费。这表明，疫情影响仍未完全消除，居民消费能力、消费水平

的修复仍需较长时间。

对此，旅游从业者要有清醒的认识。一方面，新冠病毒感染快速过峰，国内外出行政策的优化调整提升了消费者的出行意愿，提振了产业发展的信心，为旅游业高水平复苏、高质量发展奠定了基础。另一方面，考虑到疫情对于居民收入的影响冲击，即便防控措施优化调整后消费场所逐步开放，旅游业全面复苏仍将是一个持续的过程。

为此，旅游从业者要认清形势、服务大局，在稳中求进中激发复苏动能，在埋头苦干中提升工作效能，在改革创新中挖掘发展潜能。同时，针对今年春节假期暴露出的不足和问题，积极补短板、强弱项，努力探索一条高水平复苏、高质量发展的新路。具体而言，要做到“四个持续”：

一是持续优化供给侧结构。从满足人民对美好生活期待和大众旅游需求出发，持续优化供给侧结构。春节假期旅游市场的火爆，再次表明大众旅游的基本面没有改变；同时，旅游市场还会继续沿着个性化、品质化方向发展。要洞察人口结构、消费结构、消费环境变化带来的旅游消费格局深刻调整，在消费领域新业态、新模式上加大创新力度，实施旅

游品质提升行动，拓展多样化、个性化、定制化旅游产品和服务，让旅游供给和需求更加匹配，形成“新供给催生新需求、新需求激发新供给”的良性循环。要持续做好文旅深度融合这篇大文章，把历史、民俗、人文、生态资源变成可感受、可体验、可消费的旅游产品，“融”出新体验，“合”出新活力。

二是持续完善人才供给储备。近年来，旅游市场发生了很大变化，对于相关人才也衍生出了新的需求。一方面，在需求回暖的背景下，导游、地接等人才短缺会对行业发展造成较大影响，这种现象更多出现在出境游市场。另一方面，游客的本地游需求更为个性化和精细化，相关消费持续升级，对旅游从业人员的素质也提出更高要求。过去3年，旅游市场低迷，部分从业者已经转行，行业人才短缺难以避免。旅游产业在人才储备方面面临较大挑战，需要从人才培养、育留及职业发展等方面持续发力，既要“放水养鱼”，又要创造行业发展的良好环境和稳定预期，让更多人才投身旅游、扎根旅游。

三是持续做好政策保驾护航。3年疫情对行业企业的影响可以说深入骨髓，休养生息恢复元气需要时间。当

前，还有不少中小微企业面临经营困难，实现旅游业更程度的复苏和更高质量的发展，仍需要综合性政策支持。一方面，有必要在延续此前优惠政策基础上，研究出台助力企业快速恢复的“降、缓、补”举措，缓解旅游企业资金压力，帮助企业减轻负担；另一方面，应充分发挥政策杠杆作用，营造积极向好的市场氛围，包括用好文旅惠民消费券等措施，用激励性政策刺激市场，在提振消费信心、改善消费预期上综合施策、精准发力。

四是持续强化旅游市场监管。春节假期旅游市场快速复苏的背后，也有少数景区出现“游玩6个小时，排队4个小时”“花6小时才走到缆车售票点”等现象，让游客体验大打折扣。各地各景区应该继续绷紧弦、提提神，让服务行为早一点、风险意识多一点、管理工作细一点，灵活、有序维护好市场秩序；针对“零负团费”“强制消费”及价格欺诈等行为要坚持“零容忍”，常抓不懈，严厉打击扰乱市场秩序的违法违规行，净化旅游市场风气，营造健康有序的旅游消费环境，防止旅游目的地和市场主体采取的急功近利、损害旅游者权益、降低游客满意度等行为。

背诵诗词经典免票为弘扬传统文化汇聚力量

□ 龙敏飞

电影《满江红》火了，它不仅成为春节档票房冠军，还让诗词《满江红》再一次广为传颂。据报道，近日，河南焦作陈女士一家人在河南安阳汤阴县岳飞庙景区游玩时，她的儿子成功背诵《满江红》全文，免了38元门票，她觉得景区推出这一活动很有意义。岳飞庙景区工作人员表示，从正月初五开始，目前已有4000多名游客熟练背诵《满江红》全文并享受到免门票政策。

背诵经典，免除门票。近年来，各

地不少景区都推出了这一特色体验项目和营销推广活动。此前，四川广元剑门关景区曾推出特色活动，全文背诵《蜀道难》可免费游剑门关；而在江西滕王阁景区，完整背诵《滕王阁序》也可获免费门票……这样的做法，已经成为不少景区节假日期间吸引游客的“惯常操作”，每一次都能引发广泛关注和热议，每一次也均能获得肯定与点赞。可以说，相关的做法，就是一种成功的营销。

从相关报道可知，背诵古诗词的

人多数是学生。正如不少家长所言，免票不是最重要的，通过这样的方式引导孩子热爱学习、喜欢学习，那才是更有价值的。

而类似的营销活动也可以给全社会带来一定的正向价值，那就是，让孩子们知道，知识就是力量。这样的一种“力量”看起来是抽象的，实际上也有一些具体的实惠，比如可以免票游景区。

当然，类似的做法之所以频频引发关注，最重要的不是免票本身。对游客而言，背诵诗词经典获得的“免

票”，是一种更高层次的精神享受。更凝练地表达就是，这有利于弘扬传统文化。

中华优秀传统文化博大精深，如浩瀚的海洋，引人入胜。对很多年轻人来说，因为当下“浅阅读”盛行，对经典的重视程度早已大不如前。而背诵诗词经典免票就是很好的“药引”，可以给弘扬传统文化提供更多的由头、更大的力量。要汇聚更大的力量，就需要让更多的景区参与，以获得更大的声势，产生更加深远的影响力。

比背诵《满江红》免票更为可贵的，是这背后传递出来的弘扬传统文化的自觉意识。这样的一种文化自觉，应该在更多景区、更大范围、更深层次上得以体现。

菜品量化公示缘何成为景区餐饮的“一股清流”？

□ 黄齐超

刚刚过去的春节假期，国内热门旅游目的地餐饮短斤少两、高价宰客事件频频登上热搜。而1月28日，一位网友发布的牛肉面量化公示牌的照片，让山西忻州古城景区成为“一股清流”。公示牌不仅标明了牛肉面的价格，还标明了面条、丸子、牛肉片、汤的分量。图片显示，牛肉丸子面内含面、3颗丸子、3片牛肉、香菜和汤等配料，含碗总重1190克，价格为每碗15元。该景区工作人员回应，这是景区开展的量化公示工作，参与量化公示的店面已经超过60家。

今年春节假期，国内民众出游热

情高涨，热门景区游客爆满，人们看到了旅游行业复苏的可喜景象。游客在欣赏美景的同时，更需要享受出行、住宿、餐饮等舒心服务。否则，旅游体验就会大打折扣。从这个角度看，各地政府既要重视打造景区硬实力，也要重视管理出行、住宿、餐饮等软实力，毕竟，这些因素都会影响景区及当地政府的口碑。

一些景区地形复杂，比如雪原、山地等，景区内的餐饮成本偏高，导致食品价格稍贵，这也能理解。然而，高价应当有限度，且要货真价实，不能滥竽充数，欺骗游客。比

如，游客在陕西西安花58元买一碗烩菜，结果全是萝卜、白菜，不仅量不足，配菜也不全，还没有丸子和肉。当地网友表示，正宗的大烩菜必须有丸子、肉片、油豆腐、木耳、黄花菜、粉丝等。58元买一碗萝卜白菜汤？如此烩菜，即便不是宰客，也是大煞风景。

少数餐饮经营者坑客的套路让人防不胜防。同样是一碗牛肉面，表面上看，价格相同，“内涵”却千差万别——面有多少？汤有多少？牛肉有几片？如果没有相对统一的标准，监管部门也没办法治理，餐馆就会“骗你没商

量”，让消费者有苦难言。

山西忻州古城景区的餐饮业量化公示，让广大游客眼前一亮。参加量化公示的餐馆，必须把自家的菜品、主食进行量化，包括配料有哪些，都要一一公示，接受消费者监督。比如一碗牛肉面，碗有多少克、面有多少克、汤有多少克、牛肉有多少片，这些细节必须公示。公示牌下，还有举报电话。如此一来，主动为消费者避坑，赢得了大家的赞赏。

景区里的商家不能只顾信誉肆意坑客宰客。要知道，餐饮、住宿等是景区的软实力，与景区口碑有着唇亡齿寒的因果联系。所以，景区管理部门应做好景区的业态，保障游客的权益。像山西忻州古城景区这样，景区餐饮业进行量化公示的做法就值得称赞。

办好“欢乐春节”展现“美好中国”

□ 杨劲松

如何创造更多更有效的共享生产生活方式，更好地提升人民间的相互理解和情谊，推动多赢和共赢，将会是未来“欢乐春节”活动的重要任务

刚刚过去的兔年春节向世界传递了来自中国的新春问候和祝福。自2010年以来，作为我国对外文化和旅游交流中最具影响力的头部品牌活动之一，“欢乐春节”以其覆盖面广、参与者众，为世界人民熟知和喜爱，日益成为中国与世界文明互鉴的重要平台，不仅将中华优秀传统文化与世界人民共同分享，还将当代中国人民的美好生活和社会主义建设成就融汇于丰盛多元的节日盛事，年年岁岁同贺。

已经连续举办十余年的“欢乐春节”，向世界展示了一个越来越自信、越来越开放、越来越多元的中国。在2023年的“欢乐春节”活动中，我们欣喜地看到境内外地方和民众的更广泛参与。一方面，在西班牙、塞尔维亚、匈牙利、墨西哥、缅甸、巴西等许多国家举办的“欢乐春节”活动精彩纷呈；另一方面，上海、四川、河南、甘肃、新疆、内蒙古等方式参与和阐释“欢乐春节”。包含原创舞台演出、海派特色的美术展览、纪录片和城市宣传片的2023“欢乐春节·浦江艺汇”，到“欢乐春节·和合共生”音乐会、“交响丝路·如意甘肃”新春音乐会以及《读者》插画大型线上文献展播；“安逸四川过大年”“传承经典·新疆非遗”，到“中国味道·宁夏风貌”和“欢喜迎新春·亮丽内蒙古”，都在喜庆热烈的年味中表现出浓郁的地方特色和独有的历史文化传承。

在2023年“欢乐春节”活动中，可以看到中华文化符号和载体有了更多创新展现。有沉浸式情景体验，也有“传统文化+创意内容+电商”的“欢春年货节”等跨界新探索。在“欢乐春节”全球创意内容征集活动中，以李子柒等重量级博主领衔，通过分享春节美食创意视频，将中国的新春问候传递给世界。这些覆盖全球、丰富多彩又激动人心的“欢乐春节”活动，处处闪耀着“美好中国”的光芒。

毫无疑问，充满期待感、丰富感、美好感和满足感的“欢乐春节”活动有力地夯实了中国与世界人民的情感基础，有利于更加直接、形象地传播中国形象，讲好中国故事，从而达成国际交往合作的更多共识，更好地推动人类命运共同体建设。

党的二十大报告提出，“以文塑旅、以旅彰文，推进文化和旅游深度融合”“加快构建中国话语和中国叙事体系，讲好中国故事、传播好中国声音，展现可信、可爱、可敬的中国形象”，这对于未来国际旅游交流与合作提出了明确要求，为办好以“欢乐春节”为代表的系列品牌活动指明了方向。

展望未来，“欢乐春节”，需要更好地展现“美好中国”，塑造中国式吸引力。中国式吸引力根植于以人民为中心的发展思想。那些有利于维护人民根本利益，能够更好满足人民对美好生活向往的活动，更能够产生和展现中国式吸引力；那些有利于增强人民群众获得感、幸福感和安全感，有利于促进人的全面发展和社会全面进步的国际旅游交流与合作，更有利于产生和展现中国式吸引力。比如，我国全面建成小康社会和社会主义现代化建设成就，就是中国式吸引力的重要源泉和表现形式。中国人民的精神风貌、中国旅游企业的创新实践和充沛活力、中国提供的“一带一路”公共产品，同样也是中国式吸引力的重要源泉和表现形式。

在展现中国式吸引力上，不仅需要在这些方面做文章，还要掌握好展现节奏。在我国入境旅游目的地推广促销上，要把握好更新目的地的形象、重启预热和重点市场强化推广等工作节奏，更精细地确定推广主题、推广模式、推广重点、推广范围和推广强度。

“欢乐春节”的举办得益于日益频密的中外人员交往和互动，又创造了难以计数的“民相亲”空间和场景。如何创造更多、更有效的共享生产生活方式，更好地提升人民间的相互理解和情谊，推动多赢和共赢，将会是未来“欢乐春节”活动的重要任务。

“欢乐春节”是我国文化和旅游国际交流与合作的重要内容，高质量发展是其未来的方向。比如，“欢乐春节”不仅仅要有较大的规模，还要有影响的精准化触达；不仅仅要有一时的轰动和震撼，还要有可持续的基础和源源不断的动能；不仅仅要有节日期间的酣畅恣意，还要有日常时段的水滴石穿和润物无声，可以普遍进入世界人民的日常生活空间，从中国的美好生活扩展到世界的美好生活。再如，“欢乐春节”应该是大多数人能够接触、能够参与、能够发挥主动性的可亲近活动，只有这样才能提升更多人、更多方面的参与度和获得感。

(作者单位：中国旅游研究院)

“春节热”点亮“中国红”

□ 刘天放

随着经济社会的快速发展、人民生活水平不断提高，中国的影响力遍布全球，世界各地普遍感受到中国文化的力量。红火年，环球共此时，世界各地散发着温暖、浓郁的中国年味儿

近年来，每当春节来临，全球各大媒体都会报道与中国春节相关的消息，甚至对“春运”都能清晰解读，可见，春节的影响力随着中国影响力的扩大而不断扩大，中国的春节正在逐步成为全世界的重大节日。春节之际，国外不少地方都要举行仪式，各国政要还发表春节贺词。这一方面说明不少国家对中华优秀传统文化的认可，而另一方面也表明，随着经济社会的快速发展、人民生活水平不断提高，中国的影响力遍布全球，世界各地普遍感受到中国文化的力量。红火年，环球共此时，世界各地散发着温暖、浓郁的中国年味儿。

从达沃斯世界论坛现场到沙特阿拉伯利雅得“世界大道”公园，从纽约帝国大厦到巴西墨西哥地标“零点广场”……“春节热”点亮全球“中国红”。春节广受喜爱、愈加红火，已成为许多国家的文化盛事。春节以中华文化自信亲和、崇尚共生的魅力，为各国人民带去新春的祝福和温暖，拉近彼此的距离，让东方古国与世界同频共振、相知相融。春节也越来越受到各种世界组

织机构的重视。多年前，为庆祝中国传统农历新年，联合国总部就举办以“和谐之声”为主题的春节文艺晚会，表达对中国人民的友好情谊。目前已有数十个国家把中国春节定为本国的法定假日。近年来，海外类似于“欢乐春节”这样的大型活动就多达数千场，覆盖全球100多个国家和地区，带动全球数百个城市。

富裕起来的中国人给世界带来的消费贡献同样惊人。目前，中国对国际旅游市场增长的贡献超过30%。春节有如此影响力，充分证明中国发展了、强大了、人民富裕了。改革开放40多年来，中国在各方面都发生了巨变，世界影响力不断扩大。春节已走向世界，正在被世界绝大多数国家和人民所接受。

“春节热”在全球兴起，中国兴旺，中国文化的魅力就随之增强。春节在海外的规模和影响力日趋扩大，让越来越多的世人感受到中华优秀传统文化的魅力，“国际范儿”的中国春节可以让世界感受美好，也可以把中华文化的软实力向世界充分展现，增强中华文化吸引力。



据媒体报道，春节假期，一段游客投诉西安某面馆6根面卖20元的视频引起关注。事发辖区市场监管所工作人员称，面条确实分量不足，已督促面馆整改，油泼面增加50%的分量，价格明码标价，同时提升服务人员的服务质量。该工作人员表示，已找到当事游客，要求面馆为其退款。

视觉中国 供图