

时评

完善现代产业体系 推动旅游业高质量发展

□ 李萌

旅游行业要深入学习领会《质量强国建设纲要》精神要求,科学认识旅游业高质量发展面临的新环境,持续推进文化和旅游深度融合发展,丰富优化优质旅游产品和服务供给,加快完善现代旅游业体系,大力提升旅游领域治理水平

近日,中共中央、国务院印发《质量强国建设纲要》(以下简称《纲要》)。《纲要》指出,建设质量强国是推动高质量发展、促进我国经济由大向强转变的重要举措,是满足人民美好生活需要的重要途径。

《纲要》多处提及旅游内容,在“增加优质服务供给”部分提出,提升旅游管理和服务水平,规范旅游市场秩序,改善旅游消费体验,打造乡村旅游、康养旅游、红色旅游等精品项目。提升面向居家生活、户外旅游等的应急救援服务能力。

党的二十大报告指出,“高质量发展是全面建设社会主义现代化国家的首要任务”“要坚持以推动高质量发展为主题”。今年是全面贯彻落实党的二十大精神开局之年,也是我国疫情防控政策优化后,旅游业加快复苏发展的一年,着力推动旅游业在稳步复苏的过程中实现高质量发展尤为为重要。

《纲要》对着力推动旅游业高质量发展作出明确部署,旅游行业要深入学习领会《纲要》精神要求,结合《“十四五”旅游业发展规划》有关旅游业高质量发展工作任务,在五方面着力,加快推动旅游业高质量发展取得新的成效。

一是科学认识旅游业高质量发展面临的新环境。百年变局、世纪疫情

交织叠加的复杂环境,科技革命、产业变革迅猛发展的态势,人民美好生活、品质需求的持续增长,绿色发展、生态环境的刚性约束,人才争夺、创新竞争的空前加剧等,对旅游业发展理念、方式、路径都提出了严峻挑战,也对丰富优质旅游产品供给、优化旅游发展布局、建设现代化产业体系、提升旅游品牌形象提出了新的要求。旅游行业需要针对新发展环境和新消费趋势切实有效提升旅游业服务品质和产业能级。2023年全国文化和旅游厅局长会议对今年旅游业发展总体要求 and 重点任务作出安排部署,全行业、全系统需要认真贯彻落实。

二是持续推进文化和旅游深度融合发展。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。”要研究出台推进文旅深度融合发展的专项政策,积极实施文旅深度融合重要工程,大力推广文旅深度融合优秀案例,科学开展文旅融合发展质量效益评价,持续推动文旅深度融合发展,更好发挥文化在旅游业发展中的方向价值引领、品质品位提升、产品内涵丰富、情感精神滋养的重要功能,推动各自领域内容、人才、技术、品牌、数据等价值链层面的深度融合,切实通过深化融合催生文化、旅游协同发展新价值,激发新动能、形成新优势。

三是丰富优化优质旅游产品和服务供给。针对人民日益增长的美好生活需要和旅游业不充分、不平衡的发展之间的矛盾与问题,下大力气建设精品旅游项目,开发优质旅游产品,提供品质旅游服务;打造品牌旅游目的地,沿着人文化、智能化、绿色化、品牌化、社群化大方向,培育新型旅游业态和消费模式,供给更多更优多样化、个性化、高品质、更有利于人的全面发展的旅游产品和服务;要真正实现旅游供给质量大幅提升,切实改善大众旅游消费体验,不断增强人民群众旅游生活满意度和获得感,为加快推进旅游业振兴发展、加快形成更加强大的国内旅游市场奠定坚实的产品供给基础。

四是加快完善现代旅游业体系。《纲要》提出构建优质高效的服务业新体系。构建、完善现代旅游业体系,就是要推动各类旅游市场主体发展壮大,培育提升旅游市场主体能级,发挥企业创新主体作用。积极推动旅游企业系统性开展技术升级、管理创新、研发强化、产品迭代、品牌建设、标准化创建等工作,形成旅游业优质企业梯度培育、集群发展的格局与体系。积极推动旅游创新链、产业链、资金链、人才链深度融合。大力促进旅游业产业技术创新,积蓄创新驱动发展动力。深化旅游业产融结合

改革,增强旅游业发展的有效投资和金融支持。强化人才引领发展,破解行业人才流失难题,建设高水平旅游行业、产业人才高地。深化产业融合发展。推动旅游与相关产业交叉领域实现多点突破、融合互动和跨界发展。由此有效提高旅游行业全要素生产率,提升旅游产业链供应链韧性和安全水平。

五是大力提升旅游领域治理水平。政府精准施策和高水平治理是发挥政府引领、服务旅游业高质量发展发展的关键。一方面要不断加强政策学习和能力提升,进一步优化旅游业发展政策、制度供给,持续改善旅游业营商环境,深化旅游管理体制机制改革,加强政府规制与公共政策前置性研究与储备,适时推出新的助企纾困、行业振兴、消费促进、对外开放、贸易投资促进等新举措,提升旅游行业信心、激发旅游市场活力。另一方面要加强旅游市场治理,统筹推进制度建设和执法行动,推动旅游市场规范有序发展,形成公平、健康、活跃的旅游市场环境。同时,还要充分发挥各类旅游行业组织、智库、专业服务机构参与支持旅游业发展的重要作用,增强旅游业发展的社会协同合力。

(作者为中国社科院-上海市市政府上海研究院文旅项目主任)

观察

提升可持续发展能力 助力全球旅游业复苏振兴

□ 蒋依依 郭佳明

联合国大会近日一致通过决议,将每年的2月17日定为旅游业复原力全球日。联合国呼吁所有国家、组织和个人在每年的2月17日举办相关活动,使公众认识到可持续旅游业的重要性。同时,联合国将进一步举办旅游业问题高级别专题活动,最大程度发挥旅游业对可持续发展的促进作用。

旅游业是推动世界经济支柱产业的支柱。同时,近年来一系列自然灾害、流行病以及经济衰退等负面影响表明,旅游业也是最脆弱的行业之一。联合国世界旅游组织发布的报告显示,2022年,全球国际游客超过9亿人次,是2021年的两倍,但仍比疫情前的2019年减少37%。虽然目前旅游业呈现回暖趋势,但对全球经济增长的贡献还未恢复到疫情前水平。联合国世界旅游组织最新发布的《2023年全球旅游业晴雨表》报告指出,尽管目前经济、卫生、地缘政治等领域存在诸多挑战和不确定性,但全球旅游业在2023年将迎来强劲复苏。

旅游业复原力是指行业在生态或环境灾害后提高可持续性的一种能力。在2002年南非约翰内斯堡举行的“可持续发展世界峰会”上,瑞典提出旅游复原力的构建是各国人民共同的发展责任,并呼吁将其作为扩展内容纳入《21世纪议程》当中。2022年6月23日,在北京举行的金砖国家领导人第十四次会晤发表宣言,提出“打造有韧性、可持续、包容的旅游业”,将可持续旅游业这一话题提升到国际层面。笔者认为,旅游业复原力全球日的设立将使可持续旅游业更加受到关注,进一步推动全球旅游业复苏振兴。

一是增强旅游业复原力是可持续旅游发展的重要内涵。旅游业复原力全球日的设立,呼吁各界关注疫情后的旅游业恢复发展,认识到以可持续和负责任旅游抵御未来冲击的重要性。联合国世界旅游组织将可持续旅游定义为“充分考虑到当前和未来经济、社会和环境影响,满足游客、行业、环境和当地社区需求的旅游”。在不断遭遇各类自然灾害和公共卫生突发事件的今天,尤其是近年来疫情肆虐全球的大背景下,需要以提振旅游业复原力为载体,提升旅游地可持续发展能力以加强对灾害、危机和各类不确定因素的适应和恢复能力;需要鼓励各国加强合作以应对突发事件并采取适应和恢复的策略及措施,从而保障旅游业在危机下更好地得以恢复,特别是保障以旅游业为主导产业的国家能够最大程度缓解危机所带来的冲击和影响。

二是增强风险防范意识,增强从风险中恢复的能力。纵观全球,旅游业发展不平衡加剧,各经济体复苏进程不一。世界银行2021年6月发布的《全球经济展望》报告指出,全球经济的强劲复苏集中在少数主要经济体,大多数新兴市场和发展中经济体相对滞后,疫情对低收入国家的影响正在逆转。早在在减贫方面取得的成果,并加剧粮食不安全和其他长期挑战。国际货币基金组织2021年10月发布《世界经济展望》指出,各国经济走势的分化将对中期经济表现产生持久影响,疫情造成的“断层”将持续较长时间。贸易保护主义倾向抬头、地缘冲突、恐怖主义威胁、旅游安全等问题日益凸显,旅游可持续发展压力加大。未来仍存在重大风险,尤其是经济和地缘政治风险。为此,各国旅游部门应增强风险防范意识,加强与其他部门、组织的联系,最大限度地降低风险带来的损失。同时,世界旅游业界热切期待一个全球性、综合性、非政府、非营利的合作平台出现,以更好地完善世界旅游合作机制,有力应对越来越多的挑战,全面改善全球旅游治理体系,持续推动全球旅游可持续发展。

三是强调动态发展能力,推进可持续旅游。旅游业复原力不仅强调有应对危机且可以恢复到稳定状态的能力,更强调有动态发展的能力。可持续旅游应充分利用环境资源,尊重当地社区的社会文化,保护自然遗产和生物多样性,并有助于促进跨文化互动。在经济上,可持续旅游还应确保可行的长期运营,为所有利益相关者带来相应的利益,包括为当地居民提供稳定就业、社会服务,为减贫作出贡献等。随着人们开始更加关注可持续发展,旅游目的地与组织也开始改进旅游发展模式,生态旅游、文化旅游、负责任旅游等可持续旅游形式兴起。如瑞士国家旅游局在疫情后发起“瑞士可持续旅游”项目,目前已有近1500家瑞士旅游相关机构参与其中,共同致力于把瑞士打造成卓越的可持续旅游目的地;塞舌尔酒店行业推广“塞舌尔可持续旅游认证”,计划将此认证推广到与旅游相关的其他产业,包括餐饮业、目的地管理公司、旅游公司等;新西兰旅游业承诺到2025年,每一家旅游企业都致力于可持续发展;岛国帕劳自2017年起要求游客在入境时签署一份生态承诺;厄瓜多尔提供独特的住宿选择,成为社区旅游的世界领先者。

(作者单位:北京体育大学体育休闲与旅游学院)

来论

为“跨店”经营松绑 优化营商环境实现多赢

□ 周家和

据媒体报道,每当夜幕降临,在厦门兴隆路的沙县小吃店前,店主张大姐都会将桌椅搬到店外的人行道上,等候食客光顾。有意思的是,这样的“占道经营”不仅不会招来处罚,反而还得到了城市市容管理部门的支持,这是怎么回事?

厦门在去年8月发布了《厦门市沿街店面适当跨店经营管理实施导则》,对处在背街小巷、次干道和交通流量适宜地区的餐饮、服装、鲜花水果、生鲜食品等店面开放,且有严格的“经营外摆”时间和区域范围。换句话说,就是既坚持了大的原则,又满足了部分店主和消费者的需求。

人间烟火气,最抚凡人心。“适当跨店经营”是城市管理的一种精细化与人性化相结合的体现。至少有三大直接好处:

一是经营面积相对扩大了,对店主有利。正如报道中的一位店主所说,“光顾的人多了,能挣更多钱了”。二是对消费者有利。比如在夏季,室外用餐舒适,大家吃饭时彼此之间打扰少,也不影响行人走路。三是经营者营业收入增加了,国家的税收也就随之有所增加。当然,间接好处就更多了。比如体现了党和政府的为民情怀,让门店经营者感受到了城市管理的温度,优化了营商环境,有利于促进就业和促进消费。

总之,“适当跨店经营”可以实现多赢,值得各地借鉴推广。

比出镜代言更重要的是练好内功

□ 关育兵

旅游宣传固然重要,但旅游业发展,除了宣传推广之外,更重要的还在于实实在在地练好内功,赢得游客的口碑。对于旅游部门的官员来说,相比于出镜代言,还有更多的事情需要去推动落实

近日,四川省文化和旅游厅发布了一条甘孜州道孚县《文旅局长说文旅》的短视频,其中道孚县文化广播电视和旅游局局长降泽多吉出镜拍摄视频,“借用”经典影视桥段,在不同景点“cosplay”(指角色扮演)宇航员、古战士、手艺人……独特的创意结合当地风景,让这段视频迅速“出圈”,引起广泛关注。有人说他很有魅力,有人说他多才多艺,还有人夸他英文发音很标准。不过,也有网友说,如今,干文旅工作的人实在是太“卷”了,拿不出大招都不好意思在行业里待下去了。

此前,从四川甘孜州文化广电旅游局局长刘洪、到湖北随州文化和旅游局局长解伟,已有多位地方文旅局

长出镜宣传后走红。此次降泽多吉出镜拍摄视频,也收到了不错的效果。视频发布后短短一天,就获得了不少的关注和热度,直接“火出圈了”。

应该说,文旅局长愿意放下身段,出镜拍视频,为地方旅游代言的做法值得称赞。这表明,官员放下架子,与网友互动,这是新时期官员应有的作为。同时也表明,这些官员全身心地投入地方事业发展,更好地履行职责使命。正如降泽多吉所言,如何把旅游资源转化成旅游资产,是他一直在探索的问题。“作为一名文旅局长,出镜为家乡代言、为旅游代言,是职责所在、使命使然。”为此,降泽多吉还表示,“希望每个文旅局长都跟我一样,一起来卷。”

不可否认,这些官员利用新媒体宣传地方旅游,确实为当地带来了一定的流量,但是旅游官员拍视频代言的方式是否可取还需要商榷。

旅游官员出镜代言给公众和网友很大的新鲜感。而随着越来越多官员出镜代言,新鲜度下降,关注度也必然下降。

事实上,之前就有一些官员出镜直播带货,一时风头无两,甚至出现了不少“网红”。但喧嚣过后,直播带货的官员就少了,因为没有了热度,效果也就不尽如人意。旅游官员出镜代言,是否会面临同样的状况呢?

专业的人做专业的事,这是社会分工的要求。宣传地方旅游产业,也需要专业的人员去做。文旅部门的官

员是否适合出镜代言,与其自身的才情、演艺等技能有关,但通常来说,专业人员显然要比官员更适合出镜。

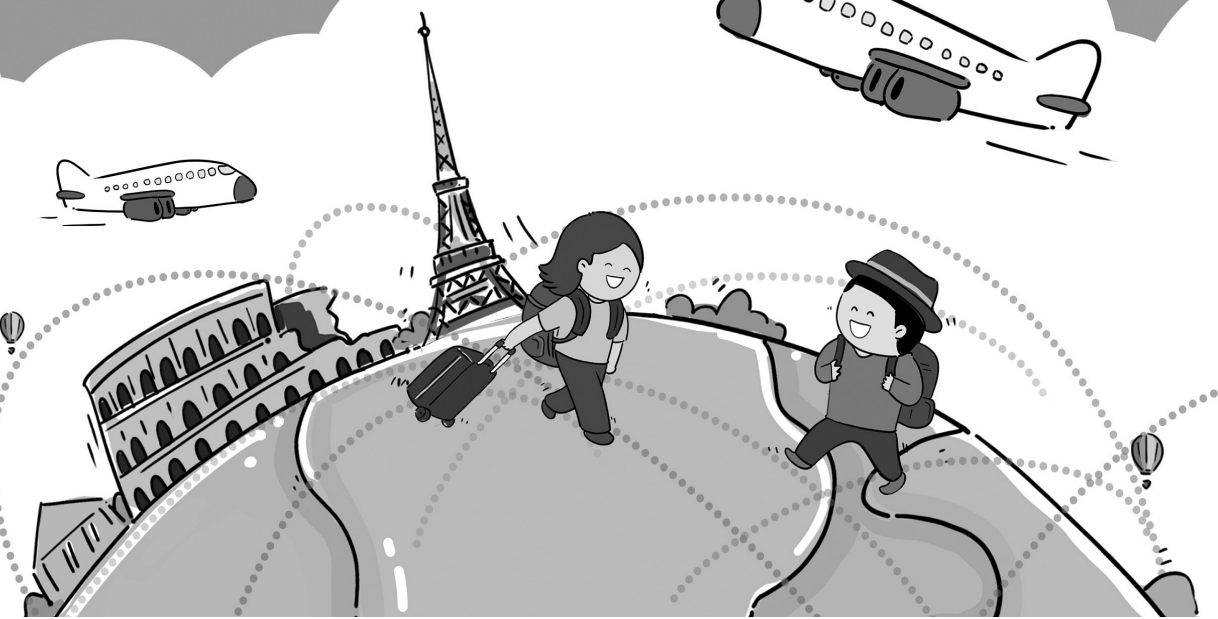
此前,随州文化和旅游局局长解伟出镜,就被称为是“丑出圈”。很显然,在新鲜度过去之后,这样的出圈、出镜热度也会进一步下降,甚至有可能会产生负面效应。

旅游宣传固然重要,但旅游业发展,除了宣传推广之外,更重要的还在于实实在在地练好内功,赢得游客的口碑。

对于旅游部门的官员来说,相比于出镜代言,还有更多的事情需要去推动落实。比如,做好发展规划、维护好市场秩序,营造好旅游环境……这些事情显然要比出镜代言更重要,因为要做好上述工作,部门领导的推动作用不可或缺。

需要提醒的是,旅游官员出镜代言,往往用的是公共资源。稍有不慎,很可能陷入用公共资源为官员个人爱好买单的嫌疑。之前,就有官员动用财政资金追捧明星艺人、盲目支持个人偏好事业发展的现象出现。旅游官员出镜代言,会不会出现这样的现象,亦须警醒。

逐步取消对中国旅客的疫情限制措施



欧盟将逐步取消对中国旅客的疫情限制措施

据环球网报道,近日,欧盟在一场会议上达成共识,同意逐步取消对来自中国旅客实施的新冠病毒检测措施。报道称,这一消息是由欧盟轮值主席国瑞典宣布的,当天参加上述会议的欧盟全部27个成员国的卫生专家同意,将在2月底前取消对来自中国旅客须提供出发前核酸检测阴性证明的要求,在3月中旬前取消对来自中国旅客进行抽样核酸检测筛查的措施。

视觉中国 供图

声音

“具备持续输出深层次人文内容、讲好文博故事的能力,才是数字人真正走进观众内心的关键”

——近年来,虚拟数字人成为文化数字化探索的热点。对此,《人民日报》发表评论指出,博物馆里最动人的风景,从来不是华丽的展厅、炫技的讲解员,而是一件件弥足珍贵的文物,以及一道道渴望读懂它们的目光。着眼长远,数字人发展不仅关乎技术之“形”,更在于创意含量与文化内涵之“芯”,既要有外形也要有内功。

“充分平衡好人文与商业、传承与创新的关系,为古镇旅游消费市场撬动更多的增量”

——针对一些古镇景区过度商业化现象,《广州日报》发表评论指出,从某种程度上来说,文旅开发天然就跟商业紧密相连,景区发展也离不开商业化运作。但过度消费景区资源,终究会对景区文化的完整性造成破坏。古镇开发要以特定地域的历史文化为根基。失去了文化根基,古镇开发最终也只能沦为徒有形式的空架子。因而,保护性开发是古镇开发改造的前提前提。

(本版编辑 龚立仁 整理)