2023年7月14日 星期五
CHINA TOURISM NEWS 中国旅游报

●落实国务院“十四五”旅游业发展规划在行动

明后年遗产日主场城市活动申办启动

本报讯（记者 徐晓）国家文物局日前印发通知，启动2024年和2025年文化和自然遗产日主场城市活动申办工作，进一步提升文化和自然遗产日主场城市活动质量与水平，切实增强文物工作传播力影响力。各省级文物行政部门在征求省级人民政府意见后可于10月31日前向国家文物局提出申请。

通知明确，主场城市活动由国家文物局与省级人民政府共同主办，省级文物行政部门和地市级人民政府联合承办。申办城市应为地市级（含）以上城市，文物资源禀赋丰厚，具有大型活动举办经验和较强组织能力，地方财政可提供必要经费保障。主场城市活动要围绕当年文化和自然遗产日主题，整合全国文物资源、展现文物行业风采，组织开展内容丰富、形式多样的主题宣传活动。同时，可结合主场城市特点有所侧重，体现地域文化特色。

通知明确，省级文物行政部门对本地区有申办意向的城市进行初审，一个年度择优遴选一座城市。国家文物局将在组织实地考察、综合评议后，择期公布2024年、2025年文化和自然遗产日主场城市。

把脉发展痛点 精准匹配供需

——第二期智慧旅游“上云用数赋智”路演交流活动成功举办

□ 本报记者 赵腾泽

“这些数据是从哪里收集的？”“这能为景区解决哪些痛点问题？”“落地方案的客户反馈如何？”……

连日的高温抵挡不住沟通交流的热情，近日，北京第二外国语学院求是楼报告厅里气氛热烈，掌声不断，第二期智慧旅游“上云用数赋智”路演交流活动在这里举办。

此次活动是中国旅游报社受文化和旅游部资源开发司委托主办的。活动现场，旅游目的地公共服务平台建设运营、旅游产业经济运行监测体系建设运维、沉浸式体验文旅项目定制运营3个方向21个解决方案进行路演答辩，旨在解决智慧旅游供需双方信息不对称、供需不匹配等问题。

来自文化和旅游管理部门、研究机构以及企业的代表共同组成评审组，从方案的落地实施、商业逻辑、服务游客等方面进行评审打分。

“路演交流活动实现了行业专家、方案供给方、企业需求方、文化和旅游管理部门的对接，为供给方提供了展示平台，助力需求方开阔视野思路，有利于旅游研究群体、项目开发群体以及用户群体之间建立良好的联系，对智慧旅游发展具有积极意义。”评审组专家、中国科学院地理科学与资源研究所王英杰研究员说。

运营方式较粗放，资源利用率不高，服务能力存在不足，软件功能不贴合需求……围绕这些问题，北京乐开科技有限责任公司带来了“旅游目的地数字化平台建设运营解决方案”。该方案能构建“1+2+3+N”（1套标准、2个平台、3个体系、N个服务）的智慧文旅运营服务体系，融合景区票务、酒店、餐饮等业态，从游前、游中、游后3个场景帮助景区构建数字化服务体系。

“方案可以帮助景区打造流量阵地，建设景区自有会员体系，与各OTA平台实现互补平衡。”北京乐开科技有限责任公司有关负责人介绍。

同时，依托大数据加强对旅游产业运行的监测能力也是本次路演交流活动的一个重要关注点。如，中国联通智慧足迹数据科技有限公司分享了“文旅消费大数据监测解决方案”，该方案依托通信运营商的大数据优势，通过国内外游客人数、旅游消费金额及结构等指标反映行业基本情况，还可以通过文旅消费与夜经济热度指数等，洞察发展趋势，结合实时事件、行业现象，提供科学分析与应对建议。

据了解，目前“文旅消费大数据监测解决方案”已经有多个应用案例，如，广州北京路智慧服务平台、北京市商圈大数据监测平台、上海市一屏观消费平台等，效果良好。

线下打卡景点，线上同步互动，让沉浸式旅游体验更加丰富……恒信东方文化股份有限公司带来了“城市文化互动平台建设运营解决方案”。该方案的实际应用案例之一是“故宫以东”城市文化互动平台。依托该平台，北京市东城区的文化遗产、景观、人物等内容得以数字化展现，通过解谜、探秘、寻宝、挑战等模式实现有机串联，用户在地图上可以探索东城地点，进行游戏对抗。

“用户可以在东城区各个重点文化区域以及特色胡同街道进行互动，能够了解到丰富的历史人文知识，并参与线上线下结合的游戏竞赛。平台玩法多样，沉浸式体验更强，文旅融合更加深入。”恒信东方文化股份有限公司有关负责人介绍。

台上演讲，台下提问，活动现场颇有论文答辩的意味，评审组专家的提问直击方案核心要点，并提出了不少建设性意见。

王英杰认为，这些方案对于旅游管理运营现代化建设具有积极意义。联通、移动、华为、腾讯等企业做了有关智慧旅游的大量工作，形成解决方案，带动多行业参与。同时，新技术的涌入也形成很多新的旅游产品，如沉浸式旅游、慢直播等，产品更加多样化。旅游与多产业的融合也在新技术的加持下愈发广泛而深入，“旅游+体育”“旅游+探险”等发展前景更加广阔，更有利于文旅深度融合发展。

路演交流活动还设置了签约环节，联通数字科技有限公司与林州市红旗渠风景区旅游服务有限责任公司、北京市商汤科技开发有限公司、北京世纪互联宽带数据中心有限公司、品橙（上海）商务咨询有限公司、北京甲板智慧科技有限公司、北京棱镜数智科技有限公司、国艺同行（北京）集团有限公司等需求方代表达成意向合作。

联通数字科技有限公司文旅行业解决方案专家陈烨说：“路演交流活动便利了供需双方精准对接，为供需双方提供深度撮合服务。活动中，我们与需求方初步了解了彼此的需求和优势，进行了初步的洽谈。接下来，将继续深入交流，探讨更多的合作方式，以实现互利共赢的目标，共同为推动文旅高质量发展贡献力量，促进文旅产业链优化升级。”

“通过本次路演交流活动，我对AIGC领域的新技术有了更深的认识，也了解到很多新的思路和产品。尤其是对灯光结合AI板块的了解，让我对空间的光影效果有了新的体会。”北京棱镜数智科技有限公司系统集成部总经理尹义翔说，“路演交流活动给供需双方提供了充分沟通交流的平台，既可展示优势，又可反馈建议，共促产品优化。”

“相关技术企业要避免同质化，努力形成差异化的解决方案，引领更多中小企业加入智慧旅游发展阵营，努力打造有针对性、有特色的解决方案。”王英杰说，“对于管理部门、研究机构而言，则更应注重相关标准体系、政策体系、研究体系的构建，注意在大数据应用过程中保护游客隐私，加强产学研结合，推动智慧旅游更好发展。”

游乐设施设备博览会在京举办

本报讯（见习记者 杨丽敏）7月12日至14日，2023中国（北京）国际游乐设施设备博览会在北京举办。本次博览会展出面积约6万平方米，参展企业约600家，涵盖游乐设备、沉浸娱乐、演艺演出、管理咨询、创意策划、高科技娱乐、室内娱乐等品牌服务商及设备生产企业。

文化和旅游部产业发展司负责人表示，今年以来，全国文化和旅游产业复苏势头强劲，文化和旅游消费需求旺盛，为游乐设施设备行业在内的文化和旅游产业带来巨大的市场推动力。希望通过本次博览会更好引领旅游休闲娱乐行业创新消费场景、提升品位内涵、深化文旅融合，促进高质量发展，更好满足人民群众对美好生活的需要。

中国游艺机游乐园协会会长姚军表示，协会秉承“交流、合作、发展、共赢”理念举办本次博览会及2023中国旅游休闲娱乐产业年会等活动，旨在顺应文化和旅游消费提质转型升级新趋势，打造高品质、多维度、国际化的行业交流学习及商贸平台，助力文旅深度融合和高质量发展。

本次博览会由中国游艺机游乐园协会主办，文化和旅游部产业发展司、中国有色金属工业协会、中国特种设备检测研究院、中国展览馆协会、中国旅游车船协会、南开大学旅游与服务学院有关负责人及专家学者参加开幕式。

北京加大暑期优质文旅产品供给

本报讯（记者 魏彪）北京市文化和旅游局日前召开暑期文旅服务保障措施新闻发布会。发布会介绍，北京将加大优质文旅产品供给，推出暑期旅游线路和系列促消费活动，生动展示北京文旅资源，不断丰富市民游客体验。

据介绍，北京将推出30条“漫步北京”主题线路、9条红色精品旅游线路，推荐一批高品质旅游目的地，举办“为爱戌度时光”七夕游园古北之夜活动。其中，针对毕业生群体和亲子家庭，推出“漫步北京——美好如初回忆之旅”主题线路。在开学季推出10条“漫步北京——好景好物迎新之旅”主题线路，让大学新生和家长感受北京的“好景”“好物”“好书”“好店”“好潮”“好玩”。同时，百余家北京市文化旅游体验基地将深挖非遗内涵，推出主题文旅活动，让非遗在体验中传承。

“畅游京郊”是北京市文化和旅游局持续打造的文旅品牌。今年“畅游京郊”活动将以“这一次，玩转乡村”为主题，以重点旅游村落walk地图和特色主题民宿为核心，整合“吃住行游购娱”各要素，为广大市民游客出游提供更多元、更精彩的“京郊选项”。

暑期也是演出市场的传统旺季。北京市166个演出场馆将策划推出820台剧目4600余场类型多样、丰富精彩的演出活动。

近日，“信仰的力量——雨花英烈事迹与精神”巡展北京站在中国共产党早期北京革命活动纪念馆（北大红楼）展出。展览重点选择与北京密切相关的雨花英烈的文物史料，展现了近30位雨花英烈的事迹。图为7月12日，观众在北大红楼参观展览。

新华社记者 邹竞一 摄

宁夏从6方面加强旅行社监管

本报讯（王涛）近日，宁夏回族自治区文化和旅游厅发布《关于进一步加强全区旅行社及在线旅游企业管理的通知》，从加强旅行社动态监管、切实抓好旅行社分支机构管理、严格落实团队信息报送制度、切实筑牢安全防线、切实提高规范化经营水平、加强培训和教育引导等6个方面细化措施。

通知明确，各地文化和旅游行政部门要对辖区内旅行社、分社、服务网点进行全面梳理，摸清底数，会同市场监管部门进行核实，做到全覆盖、无盲区。在线旅游企业经营旅行社业务的，应依法取得旅行社经营业务许可。旅行社要严格实施责任保险制度，及时投保旅行社责任险，确保投保率达到100%。

通知还要求，旅行社不得出租、出借旅行社业务经营许可证，或者以其他形式非法转让旅行社业务经营许可。旅行社为招徕、组织旅游者发布信息必须真实、准确，不得进行虚假宣传，误导旅游者。旅行社不得以不合理低价组织旅游活动，诱骗旅游者，并通过安排购物或者另行付费旅游项目获得回扣等不正当利益。要进一步建立健全经营场所、人员及产品的隐患排查机制，制定应急预案，完善安全制度，主动开展自查整改，积极配合督导检查，切实筑牢安全防线。

四川构建文旅经济专业职称体系

本报讯（记者 白骅）近日，四川省文化和旅游厅、人力资源和社会保障厅联合印发《四川省文化旅游经济专业高级职称申报评审基本条件（试行）》。这标志着四川单独建立文化旅游经济专业技术人员的职称体系取得重大突破。

据介绍，四川在单独建立文化旅游经济职称体系方面实现“三个首次”：一是在全国范围内首次单独建立完整文化旅游经济专业职称体系。二是首次单独组建文化旅游经济专业高级职称评审委员会。由四川省文化和旅游厅牵头建立职称评审专家库，单独组建文化旅游经济专业高级职称评审委员会，负责文化旅游经济专业副高级、正高级职称评审工作。三是首次明确文化旅游经济专业人才范围。依据文化旅游经济活动规律、产业特点，研究确定专业技术人员范围为：在文化和旅游领域从事经营管理、金融财税、贸易投资、宣传营销、品牌研发、经济政策法规制定、经济标准规划编制、经济理论研究、经济决策管理等工作的专业技术人员。

据悉，文化旅游经济专业人员设初级、中级、副高级和正高级职称。初级、中级职称实行以考代评的方式，不再进行相应的职称评审或认定；副高级采取考试与评审相结合方式，正高级采取评审方式。文化旅游经济专业副高级、正高级职称名称分别为高级文化旅游经济师、正高级文化旅游经济师。

探索自然奇观 领略神奇地貌

“神奇地貌”全国特色旅游资源梳理展示活动启动

本报讯（记者 郭子腾）近日，在文化和旅游部资源开发司指导下，中国旅游报社启动“神奇地貌”全国特色旅游资源梳理展示活动，旨在挖掘好、梳理好、展示好旅游特色资源，为广大游客提供更多出游选择。

本次活动以“探索自然奇观 领略神奇地貌”为主题，通过图文、视频等形式，展示各地的雅丹地貌、喀斯特地貌、丹霞地貌、海岸地貌等特色旅游资源，进行地貌的成因、特点、分布、景观价值等科普宣传，展示地貌景观资源的新、奇、特、美，吸引广大游客领略鬼斧神工的地貌奇观，进而增进对祖国壮美山河的热爱。

活动期间，中国旅游报融媒体矩阵将开设专题进行集中展示；新浪微博、抖音等平台将开设“神奇地貌”相关话题，邀请用户分享地貌旅游故事；各省区市文化和旅游行政部门新媒体账号也将参与互动传播。

文旅大餐端上来 畅游一夏“嗨”起来

（上接第1版）

河北省文化和旅游厅党组书记、厅长张才表示，“这么近”，不仅是距离，更是一份情感；“那么美”，不仅是景色，还有河北人民的心灵；“周末到河北”，不仅是一个邀约，更是一种时尚。

吉林省将“畅游一夏”推广季与本省消夏避暑全民休闲季相结合，推出400余项文旅活动，涵盖避暑休闲、文艺演出、露营体验等。同时，面向广大学子推出大量优惠。吉林省青年商务国际旅行社董事长由杰介绍，截至6月底，已经有近万名游客预订了暑期产品，其中学生占比高达六成。

新疆热门景区火爆，带动了消费增长，同时也对接待能力带来挑战。新疆维吾尔自治区文化和旅游厅资源开发处副处长周皓表示，以“畅游一夏”推广季为契机，新疆大力推介东天山自驾精品旅游环线、帕米尔高原深度体验游等一批“避开热门”旅游线路，疏导客流。这些线路涵盖雅丹地貌、文物遗存、草原森林、雪山湖泊，一步一景，尽显大美新疆的壮丽山川和璀璨人文。

西藏迎来暑期旅游旺季，凉爽的气温，加之壮丽山川、民族风情，引来大批游客。西藏自治区旅游发展厅有关负责人介绍，结合“畅游一夏”推广季，西藏将在传统避暑资源推介基础上，大力推介拉萨的雪顿节、昌都的茶马文化艺术节等节会活动，引导游客深度体验西藏人文魅力。“夏日的西藏还有很多‘宝藏’等待游客前来挖掘。踏上绵延万里的G219，林芝、墨脱、南迦巴瓦，感受十里不同天的震撼；深入山南，踏访散落的遗址古堡，品一口青稞美酒；在阿里仰望星空，银河几乎触手可及，这样的独特体验，会有谁不被感动呢？”

（本报采访组：李志刚 王思超 任英文 高越 刘玉萍 执笔：李志刚）

“中西旅游对话”展现新机遇

（上接第1版）携程集团首席执行官孙洁表示，据携程和世界旅游及旅行理事会预测，未来10年，全球旅游业年均增长速度将达5.8%，有望为全球贡献近1.26亿个新增就业岗位。

西班牙机场公司AENA是世界上最大的机场运营商之一，经由AENA运营的机场到访西班牙的游客占到80%。AENA运营和网络部主任拉斐尔·费尔南德斯说，推动航运便利化是深化西中旅游合作的重要前提，为此，公司将致力于拓展西班牙与中国之间的直飞航线，同时促进拉丁美洲和中国通过西班牙实现中转。

洞察消费新趋势

当前，全球旅游出行方式和游客消费需求发生新变化，中西双边旅游市场的需求变化和产品开发战略是与会嘉宾共同关注的议题。

穷游网联合创始人崔莉说，据穷游网分析，中国游客的玩法呈现品质化、智慧化、年轻化、多元化趋势，传统与时尚花样创新，户外探索全面开花。

伴随中国国民生活水平的提高，中国游客更期待富有新意的个性化旅游产品。飞猪旅行副总裁仝腾建议，旅游目的地国家应进一步优化签证流程，加快办理速度；针对中国旅游市场开发定制化线路，如足球观赛、文化艺术等主题线路，促进更多中国游客选择西班牙作为欧洲之旅首站。

华程国际旅行社集团有限公司董事长郭东杰认为，“90后”中国游客出游更注重安全性、品质化、体验度。建议西班牙旅游企业在新玩法、新主题、新营销上下功夫，创新研发旅游线路，增加文化、艺术、绿色可持续等元素，提升旅游产品核心价值。

随着互联网的应用，旅游服务正加速从线下转向线上线下融合。西班牙驻广州总领事馆旅游参赞刘安娜分析，近几年，中国数字文旅产业蓬勃发展，西班牙旅游从业者应多到中国调研走访，切身感受数字化赋能旅游发展成果，提升西班牙旅游产品供给能力。

广之旅国际旅行社股份有限公司副总裁黄静茹建议，西班牙旅游企业可以通过社交平台种草、话题营销、虚拟现实等方式，提升旅游产品的可视性和传播力。

“深化双向旅游交流与合作的前提，是对目的地和客源地市场的精准把握。”西班牙国家旅游局对外营销部副总监恩里克·鲁伊斯·德·莱拉表示，中国作为新兴的出境旅游市场大国，游客需求不同于传统旅游客源市场，希望深化与中国国内旅游机构合作，让旅游推广精准触达中国游客。

共谋合作新路径

面对中西及中欧旅游市场的新变化、新趋势，与会嘉宾聚焦中国和欧洲旅游市场重新开放后的趋势、机遇和挑战等内容深入研讨，为推动中西旅游交流与合作建言献策。

在西班牙国家旅游局秘书长伊莎贝尔·马丁看来，西班牙在中国的旅游市场推广工作仍有不足，为此，西班牙国家旅游局正大力推行“中国市场重启计划”，采取了系列营销推广措施，如在北京举办西班牙美食周活动、在中国社交平台推出旅游直播节目等。

以“中国市场重启计划”为牵引，西班牙旅游机构各出实招，吸引中国游客到访。西班牙英格列斯百货公司国际游客与奢侈品拓展部总监哈维尔·费尔南德斯介绍，为适应中国游客需求，公司持续优化数字支付能力，并提升服务质量，完善中文语言标识等。

“中短期内，西班牙赴华旅游市场潜力巨大。”春秋集团总裁王炜认为，中国国内可以加强对原生态自然景区旅游环境的打造提升，如珠穆朗玛峰、黄河及长江源头等。

众信旅游集团副总裁何静蔚说，期待与西班牙旅游目的地深化合作，加强在酒店、餐饮、景区等方面的资源信息共享。接下来，集团将注重打造更加多元的产品体系，强化布局西班牙中高端旅游产品，满足国内游客深度游需求。

携程集团副总裁李欣玉建议中国国内在线旅游平台提升国际化建设水平，增强全球服务能力；重建中国入境旅游产业链，丰富入境旅游产品供给；利用在线旅游平台进一步打造提升中国旅游形象。

“当下，影响西班牙游客赴华旅游的因素还有很多。”中国旅游集团旅行服务有限公司副总经理张士刚认为，应创新打造文旅深度融合的新场景、新体验，做好目的地旅游形象推广，不断完善配套服务。

旅游是传播文明、交流文化、增进友谊的重要桥梁。正如世界旅游联盟主席张旭所说，在全球旅游业强劲复苏之时举办此次对话，是两国旅游业者和广大游客的共同心愿。相信随着中西旅游交流与合作的深化，更多的中西游客将踏上旅程，在彼此的故乡感受自然之美、感悟文化之美、陶冶心灵之美。

编辑：赵腾泽 电话：010-85168031 E-mail：ztz@ctnews.cn