

推动中国—中亚五国旅游合作走深走实

□ 王春雷

随着“一带一路”倡议的深入推进,中国同中亚国家在政治、经济、文化等各个领域的合作不断深化,加强旅游合作已具备良好的现实基础,并正在迎来百年未遇的发展机遇。

一、中国—中亚五国旅游合作的时机成熟

4月3日,由新疆中旅假日国际旅行社推出2023中哈跨境旅游“霍尔果斯—雅尔肯特”首发团,18名游客从霍尔果斯口岸启程,乘坐国际班车前往哈萨克斯坦阿拉木图雅尔肯特观光旅游,标志着霍尔果斯中哈团队跨境旅游正式开启。为了持续优化通关环境,霍尔果斯国际客运站开通了至雅尔肯特市的国际线路,采用循环班次,单程车票仅需70元,加上哈萨克斯坦对中国公民实行14天免签政策,乘客只需携带身份证和护照、购买车票,即可前往哈萨克斯坦旅游。

此外,乌兹别克斯坦对中国公民实行10个工作日免签政策,吉尔吉斯斯坦、塔吉克斯坦对中国公民实行电子签证,签证便利化程度大幅提高。在交通方面,“空中路网”不断织密,截至目前,北京、西安、成都均开通了至中亚国家的航线。

5月18日至19日,我国与中亚五国在西安成功举办中国—中亚峰会。峰会期间,中国同中亚五国达成了包括《中国—中亚峰会西安宣言》《中国—中亚峰会成果清单》等在内的7份双边文件,签署了100余份各领域合作协议。其中,《中国—中亚峰会西安宣言》(以下简称《西安宣言》)明确提出:“各方愿继续巩固教育、科学、文化、旅游、考古、档案、体育、媒体、智库等人文合作,推动地方省州(市)交流,促进更多地方结对,丰富青年交流形式,开展联合考古、文化遗产保护修复、博物馆交流、流失文物追索返还等合作。”

以中国—中亚峰会所形成的机制为契机,加强顶层设计,制定有针对性的规划,不断深化旅游业合作开发模式,打造中国—中亚五国旅游“黄金走廊”,对推动中国—中亚五国之间经济合作及民间外交、更好落实“一带一路”倡议具有重要战略意义。

二、中国—中亚五国开展旅游合作的战略意义

中亚五国是“一带一路”倡议的重要节点,加强与该地区的旅游合作,具有重要战略意义。

一是促进民间交往。中亚五国的

文化体系和历史传承有着与中国不同但又相互融合的奇妙之处。通过与中国中亚五国开展旅游业合作,能够为讲好中国故事提供更广阔的空间和机会,包括进一步扩大中国在中亚地区的影响力,让“一带一路”倡议的声音在更广阔的区域得到传播,提升中国在世界范围内的地位;让更多人了解和认识中亚五国,进而促进民心相通。

二是实现资源互补。中亚五国拥有得天独厚的自然和人文资源,包括世界遗产、丝路遗址、高山草原、河流湖泊等,而我国拥有雄厚的旅游产业、广阔旅游市场和强大的消费能力,双方可以通过合作实现资源互补。

三是推动旅游发展。旅游业是创造就业机会和推动经济发展的重要行业,开展旅游合作可以促进经济、贸易发展,增强彼此的经济联系与合作。中亚五国是丝绸之路上的重要国家,受到越来越多旅游者的关注和喜爱。作为全球重要的旅游客源市场,我国可以给中亚五国带去更多旅游消费流量,同时也可以吸引更多中亚地区居民来我国旅游。

四是推进文化交流。中亚五国拥有丰富的文化遗产和多元化的民族文化,通过开展旅游合作,可以更深入地了解和交流彼此的文化,推进民间交流与互鉴。这样,一方面可以让更多中国公民走出去,提升国民的幸福感,另一方面,有助于增强国家文化软实力。

三、中国—中亚五国深入开展旅游合作的主要困难和挑战

现阶段,中国和中亚国家在旅游领域开展合作主要面临着4个方面的困难和挑战:

一是中亚地区交通不够便利。中亚地区虽然位于欧亚大陆中心地带,地理位置重要,但综合国力和经济发展水平处于明显劣势地位。人口密度低,区内国家之间及与中国之间的交通不够便利,旅游交通的时间和费用成本更高,这给开展旅游合作带来了挑战。对中亚国家而言,相比飞往俄罗斯、土耳其等国家的航班,飞往中国的航班不仅价格昂贵,且定期航班次数少。

二是中亚地区配套设施和旅游服务供给相对不足。中亚国家旅游业和服务业发展相对滞后,缺乏资金和技术支持,不少景区设施老旧,旅游航班、列车和旅游大巴班次不高,高品质酒店较少,特别是中文导游明显缺乏。同时,中亚地区国家之间也存在海关

限制、贸易壁垒、货币政策不同、投资制度不同等问题,这些会影响中国—中亚五国合作的统一安排。

三是中国与中亚国家语言和文化差异大,存在一定文化隔阂。中亚五国以使用本国语言为主,英语普及率不高,在饮食习惯、礼仪规范等方面与中国有所差异,这可能会影响中国公民在这些国家的旅行体验。对于中国旅游企业来说,在与中亚国家的企业开展合作时,需要考虑当地的宗教信仰、风俗习惯、语言等多方面因素,尤其在语言交流存在障碍的地区,更需要注意文化隔阂问题。

四是政府和企业的推进意愿存在“温差”。当前,我国与中亚国家之间的旅游合作在一定程度上呈现出“政府热、企业温、民间冷”“外方来华旅游意愿较强,中国居民赴中亚旅游意愿较弱”等现象。相比其他热门出境旅游目的地,我国民众对中亚国家了解较少,加上中亚各国旅游宣传力度不足,使得其知名度在我国较低。例如,在中亚五国旅游预订和社交平台,与中国国家相关的游记、攻略等明显偏少,已有信息也缺乏时效性。

四、推动中国—中亚五国旅游合作走深走实的举措

根据《西安宣言》,中国和中亚五国将继续巩固教育、科学、文化、旅游等人文合作,进一步加强旅游合作和共同制定中国—中亚旅游线路。以中国—中亚峰会为契机,实质性推动与中国国家旅游合作走深走实,需要从战略设计、统一到产品研发、企业合作,采取多层次的举措。

一是在文化和旅游领域,率先制定并落实部长级会晤机制。《西安宣言》宣布,以举办此次峰会为契机,中国—中亚元首会晤机制正式成立;各方将加快推进中国—中亚机制建设,在重点优先合作领域尽快建立部长级会晤机制。鉴于文化、旅游的民间外交属性,建议在文化和旅游领域先行先试,加强顶层设计,让旅游合作尽早成为推进中国—中亚地区经济合作及民心相通的重要手段。为此,今后可以在中国—中亚峰会期间推出中国—中亚五国文化和旅游部长圆桌论坛,同期举办中国—中亚旅游业合作论坛暨展览会。

二是规划先行,打造中国—中亚五国旅游“黄金走廊”。2014年,中国同哈萨克斯坦、吉尔吉斯斯坦成功联合申报了世界文化遗产“丝绸之路:长安—天山廊道的路网”,为进一步深化文化旅游合作提供了契机。可以在

《“十四五”文化和旅游发展规划》等已有规划基础上,制定专门针对中国—中亚五国合作的旅游“黄金走廊”发展规划。优化区域旅游资源配置,共同打造中国—中亚旅游大IP;大力推进公路、铁路、民航等基础设施建设,实现我国与中亚国家交通畅通;开展旅游线路规划和区域旅游联合促销,深化人员交流合作,推动跨区域旅游发展。

三是拓展合作形式,加大宣介力度。落实《中国—中亚峰会成果清单》中的54条主要合作共识和倡议,特别是借助19个多边合作平台,不断深化中国与中亚五国的文化交流、旅游合作、民间交往,办好中国同中亚国家人民文化艺术年暨中国—中亚青年艺术节、文化丝路、鲁班工坊等重点项目,同时加大对中亚国家文化遗产、自然资源、社会生活的宣传力度,带动更多中国公民将中亚国家作为旅游目的地。

四是加强政策引导,提高国内企业开展合作的积极性。近期国内,一方面,强化旅游投资和酒店住宿服务。出台相应政策,引导我国企业积极开拓中亚旅游市场,稳步扩大酒店、民宿等住宿设施的投资,建立相互认证的品牌酒店联盟。这不仅带动当地旅游基础设施建设,而且能够优化游客体验,为双方旅游业发展注入新动力。另一方面,推动人员交流。双向奔赴,加强旅游院校之间的学术交流与合作,共同开展旅游领域的人员交流及培训活动,特别是帮助中亚五国培养中文导游等专业人才;设立旅游行业专项赛事,提高旅游从业人员水平,增进中亚地区和我国旅游从业者之间的了解及合作。

五是优化旅游产品,加强安全合作。实施“中国—中亚创新旅游产品开发专项计划”,引导和支持有条件的国际旅行社、本土国际酒店集团加强对中亚五国民俗文化体验、自然观光旅游、休闲康养旅游等产品的开发,形成独具特色的旅游产品,增强中亚地区旅游对国民的吸引力;扶持有条件的企业在中亚五国开办办展,支持中国企业到中亚五国参加贸易展览会,促进商务旅游发展。同时,依托“丝绸之路:长安—天山廊道的路网”等旅游“黄金走廊”节点,加强面向中亚五国特定市场群体的产品开发。同时,通过反恐合作、信息共享、建立预案、安全识别等方式,保障我国公民在中亚旅游时的安全。

(作者单位:上海对外经贸大学会展与传播学院)

有效推动和美乡村建设

□ 罗文斌 康志文

一、和美乡村建设与乡村旅游高质量发展的协同互动

(一)和美乡村是乡村旅游高质量发展的理想模式

和美乡村,是美丽乡村的升级版,是乡村转型发展高级阶段的综合形态。“和”是以协同理念为引导营造的乡村物质环境和精神环境的和谐,既包括人与自然、人与人的和谐关系,也包括乡村内部与外部、乡村与城市的和谐关系,体现了浓厚的“社会公平”价值追求,是共同富裕社会的应有之义;“美”,是以生态文明思维为引导建设的美丽乡土生态景观和美好乡村人居环境,体现了鲜明的“生态文明”价值追求。和美乡村建设,是乡村物质文明和精神文明协调发展的产物,既包括“物”的现代化,也包括“人”的现代化。

建设宜居宜业和美乡村是个多目标协同的系统工程,是农村生产、生活和生态功能的空间统筹。推进和美乡村建设涉及乡村产业转型、村庄整体规划、基础设施更新、服务设施完善、乡村品牌塑造、文化活化传承、乡村治理升级等多方面的协同发展。宜居宜业和美乡村的自然性生态环境、现代化服务设施以及和谐性社区关系,在城市休闲旅游需求驱动下必然会衍生出宜游功能和效应,能够转换为城市居民青睐的乡村旅游目的地,为乡村旅游高质量发展提供一个理想模式。

(二)乡村旅游高质量发展是和美乡村建设的有效途径

乡村旅游高质量发展是我国社会经济进入到高质量发展阶段的必然要求,也是我国新发展理念和乡村振兴战略导向下的乡村旅游产业发展高级形态。乡村旅游高质量发展涵盖了供需匹配、绿色发展、文旅融合和产业高效的基本内容,以绿色发展理念为指导,以资源可持续利用为前提,以产业融合为路径,以农业强、农民富、农村美为目标,以生态与经济协调发展为归宿,强调质量与效益目标,这与和美乡村的要求不谋而合。乡村旅游高质量发展既涉及新型基础设施、旅游接待设施和公共服务设施的建设以及人居环境和文化空间的营造,也涉及产业结构调整、功能优化和产业融合,还涉及乡土文化遗产的活化和乡村文明风气的强化。可见,以宜游为导向的乡村旅游高质量发展是宜居宜业和美乡村建设的有效途径和重要助力。

二、乡村旅游高质量发展助推和美乡村建设的实现路径

(一)深化产业融合以完善乡村现代产业体系

乡村旅游作为乡村产业振兴的重要手段,是乡村建设的重要产业支撑。要深化产业融合助推和美乡村建设。一方面,要以农业为根本夯实乡村旅游产业基础,推动农文旅融合发展。推进农文旅深度融合,能够挖掘农业的现代市场消费潜力。创新农旅文创产品开发,能够拓展农村现代产品体系、延长农业的产业链条、丰富现代农业的产业体系、增强农业的附加值。另一方面,要以新业态为抓手提升乡村旅游产业动能,强化乡村旅游创新发展。要以大数据技术手段全面分析发掘文旅市场消费新需求,从乡村节事、探险运动、艺术展览、露营旅居、文化休闲、夜间经济、乡土研学等方面开发乡村旅游新业态,持续拓宽乡村旅游产业范畴,丰富乡村现代产业体系,为和美乡村的现代产业体系建设贡献力量。

(二)强化生计能力建设以巩固乡村脱贫攻坚成果

巩固脱贫攻坚成果既是新时代实现乡村振兴战略目标的重要前提,也是新时期全面建设社会主义现代化国家的必然要求。乡村旅游高质量发展在发挥持续增收效应的同时,更应该注重缩小贫富差距、促进分配公平,强化生计持续发展是关键所在。第一,乡村旅游高质量发展要将

浅谈青年反向旅游现象

□ 张琳琳

时下,青年成为旅游人群的主体,从疫情期间兴起的“露营+”“近郊游”“躺平游”到近期的“寺庙游”“特种兵式旅游”,青年群体的旅游选择倾向成为社会关注的热点。了解青年群体的旅游行为特点对推动旅游经济复苏、因地制宜助力经济高质量发展具有重要意义。

一、多样化的反向旅游

什么是反向旅游?目前尚没有确切的定义,本文研讨的是青年旅游的不同选择倾向——可以是旅游理念的非主流,可以是时间选择的错峰、地点选择的“错城”“错地”,还可以是信息技术以及虚拟现实、元宇宙技术应用带来的“云旅游”……年轻人玩出的新花样、展现出的青春力量,让我们看到了旅游的多种可能性。

——“躺平式旅游”。饿了么发布的《2022年火炉城市外卖消费趋势》报告显示,2022年上半年,旅游城市酒店外卖订单量环比增长了三成,“躺吃旅行”成为旅行常态。年轻旅游者并不热衷于传统的旅游景点,他们更喜欢的是选一个陌生的城市,住酒店、吃外卖,错峰错城只为躺得舒服。鹤岗这个因为过低的房价吸引网友注意的东北小城也因此火了一把。超高的性价比,使得奔赴三四线城市旅游城市成为出游新思路。对于承压已久的年轻人来说,他们旅游的真正主题是缓解疲劳。“躺平式旅游”或许应该叫“疗养”。

——“摆烂式旅游”。每临假期,想到全国各大热门景区的人山人海、放假后的连续调休,年轻人顿时没了出去欲望;假期还没开始,就感觉累了。“摆烂式旅游”中,年轻人不再选择

详实的攻略、卡点的旅程,他们选择暂歇在某个陌生地方,没有方向就找个当地人问景点,饿了就钻进热闹小巷里体验一下当地美食,累了就歇一歇,平均300元就能享受大城市可能花费5倍才能享受的酒店服务。当景点被商业化变得千篇一律没有惊喜,当网红打卡地被人山人海淹没,旅游回归了最本真的形态,轻松舒适成为最重要的追求。在“摆烂式旅游”里,目的地是哪里不重要,有没有收获也不重要,能轻松就好。

——“寺庙游”。当人们逐渐习惯年轻人的躺平和摆烂时,年轻人又涌进了寺院。2023年随着旅游业渐渐复苏,“寺庙游”成为不少年轻人的新选择。根据巨量引擎的数据,自开年至3月22日,“寺庙”关键词的搜索指数同比增长600%以上,其中有44.3%的搜索者是30岁以下的年轻人,而18岁至23岁的年轻人群的偏好度更是高居榜首。寺庙成了年轻人的新宠。参拜、义工、短期禅修营等新鲜玩法成为消解求学、就业和生活等压力的出口。不断创新的寺院文创产品和旅行套餐,也吸引了青年游客的关注。

——“特种兵式旅游”。随着旅游业的复苏,高喊躺平、佛系的年轻人又一下变得疯狂。坐夜班火车、目的地暴走、精准计算时间、拍照打卡分享,“特种兵式旅游”在大学生中流行开来,他们利用周末或节假日,用尽可能少的休闲时间游览尽可能多的景点。以清明假期为例,4月4日至5日,同程旅行平台上,62%的00后游客选择了夜间(晚9时至早9时)出发的航班和火车,近三成00后游客一天之内打卡超过4个景区,宁可鞋底走穿,也要把景点看完。北京、重庆、武汉、西安等景点相

对密集、火车高铁和市内公共交通便利的旅游城市成为大学生热门打卡目的地。这样的反向旅游,更像是一场极限挑战,却让不少年轻人从中体会到了诗和远方。

二、反向旅游的成因

有学者认为,当代青年是极其张扬个性、追求新奇的一代人。尤其是00后这一批大学生,他们对生活有着自己的认知和理解,更追求自我内心的平衡,强调自由自在的生活,活出自我的欲望更为强烈,因此他们在旅游行为上也总是想要呈现出与众不同的方式。当前,青年大学生旅游消费动机多元,倾向于低成本、经济型的短途旅游,二次主动型消费倾向明显,偏好通过信息化渠道获取信息和预订出行服务。躺平、佛系旅游是青年人个性的彰显,“特种兵式旅游”同样也是青年人自我个性的体现,这样的旅游方式满足了年轻人出行的心理诉求,看似随性、矛盾的选择符合年轻人旅游的规律。

从更广阔的视野来看,随着中国经济的增长,中国旅游业从最初走马观花式的旅游,过渡到度假式旅游,再到反向旅游,中国民众尤其年轻人已经具备更加成熟的旅游心态。越来越多的人不再仅仅热衷于到热门旅游景点“打卡”,他们拥有并逐渐找回一颗平常心,回归到注重个体内在感受的旅行,并在旅行中不断融入更高层次的精神文化追求。

三、反向旅游里潜藏的机会

反向旅游的出现,并非社会潮流与传统旅游形式的背道而驰。从城市考古到后备厢集市,从陆地冲浪到沙

漠观星,从房车自驾到自然探险,看上去流行趋势好像一变再变,但是青年游客们对于满足感的追求一直都在。城市化进阶后农家乐是反向,游遍境内之后近郊露营是反向,游山玩水不再新奇之后寺院禅修也可以是反向,出行疲劳后的虚拟旅行也是反向。年轻人不是故意“反热门”,他们只是想躺得更舒服、行得更方便、活得更自由。

简言之,青年一代旅行的主要目的是通过旅行缓解长时间工作、学习的压力,释放疲惫的身心。同时,追求个性的当代青年人对出行方式及旅游元素的趣味性要求较高,到非传统旅游目的地旅行成为一种新趋势。寻找小众个性的地方,不一样的风景,玩出独特新鲜的体验,成为年轻游客群体的新追求。此外,随着文旅深度融合,“IP+旅游”“观展+旅游”乃至“展会+旅游”都成为了出游新风潮。越来越多的年轻人会为了一个音乐节、一次灯光盛宴而奔赴一座城市。

这些变化为旅游业发展带来新机遇。对于想要抓住反向旅游潮流机遇的中小城市和高星级酒店来说,通过提升服务质量让年轻人更舒服地躺平、更舒服地实现自由是必修课。随着“Z世代”青年群体崛起,年轻游客逐渐增多,旅游从业者要充分认识青年,把握青年群体的新需求,创造更高质量、更符合青年口味的文旅产品。“一碗粉,带火一座城”、大学生带火“淄博烧烤”等是其中的成功案例。当一城一地有了这样的意识,就会拥有充分体现当地特色的早摊夜市,融入当地特色文化的露营、美食或者灯光展示等多种形式的特色趣味活动。

(作者单位:山东旅游职业学院)