

时评

更好发挥旅游消费拉动经济增长的基础性作用

□ 特约评论员 王德刚

旅游市场强劲复苏势头和规模化增长对扩大消费、拉动投资、促进旅游业恢复振兴和经济增长产生了巨大的牵引作用。要进一步推动体育休闲、文化和旅游等服务消费,积极创新产品和服务,实现以高质量供给拉动消费、促进增长

近日,中共中央政治局召开会议,分析研究当前经济形势和经济工作。会议强调,要积极扩大国内需求,发挥消费拉动经济增长的基础性作用,通过增加居民收入扩大消费,通过终端需求带动有效供给,把实施扩大内需战略同深化供给侧结构性改革有机结合起来。要提振汽车、电子产品、家居等大宗消费,推动体育休闲、文化旅游等服务消费。

7月25日,国务委员谌贻琴主持召开推动旅游业高质量发展座谈会,贯彻落实中央政治局会议部署要求,听取对进一步释放旅游消费潜力、推动旅游业高质量发展的意见建议。

今年以来,随着疫情防控平稳转段,我国经济发展总体回升向好。国家统计局最新公布的国民经济运行情况显示,2023年上半年,我国国内生产总值达到593034亿元,同比增长5.5%。其中,接触型、聚集型服务业实现了较快增长,拉动整个服务业增长明显好于其他行业,上半年服务业增加值同比增长达到6.4%,服务业增长对经济增长的贡献率超过60%。

作为服务业的重要组成部分,旅游业具有接触性、集聚性等特征,在扩内需、促消费、拉动经济增长过程中发

挥着重要作用。国内旅游抽样调查统计数据显示,2023年上半年,我国国内旅游总人次达到23.84亿,同比增长63.9%;国内旅游收入(旅游总花费)2.30万亿元,同比增长95.9%。旅游市场强劲复苏势头和规模化增长对扩大消费、拉动投资、促进旅游业恢复振兴和经济增长产生了巨大的牵引作用。主要体现在以下几方面:

首先,旅游市场加快复苏对旅游业持续健康发展至关重要。持续3年的疫情,对旅游企业的生产能力和管理、服务水平产生了严重影响,如员工流失、设备设施缺乏有效维护、技术更新停滞、管理服务水平下降等。今年以来,旅游业恢复常态化发展,旅游市场强劲复苏,并迅速实现规模化增长。特别是五一、端午节两个假期的旅游市场规模均已超过2019年同期水平。旅游市场强劲复苏对企业生产、管理和服务能力的恢复起到了直接拉动作用。

大批员工回流、密集的技能培训、数智赋能协同硬件和技术更新、强化标准化治理,推动了管理与服务升级。可以说,正是由于旅游市场的快速复苏和增长,拉动了旅游企业对恢复生产、管理和服务能力方面的投入,使大多数旅游企业迅速恢复元气,进而以更加

积极的态度和更大规模的投入,迈入旅游业恢复振兴发展新阶段。

其次,旅游市场复苏促进旅游业创新发展走向新的阶段。需求与供给是互相作用的两个方面。当前,旅游消费趋势呈现出明显的个性化、多元化、体验化、休闲化、健康化等特征,新需求及其量的增长引领着旅游供给侧结构性改革和产品、业态、服务创新迈上新台阶。

进入暑期旅游旺季,全国各地文化和旅游部门、旅游企业等采取了积极的扩大文化和旅游消费、拉动经济增长的政策措施,大力开发适合暑期旅游的新产品、新业态和新服务。自驾游、露营、夜游、市集、研学、节会、康养、演艺、微度假等产品和业态较好满足了公众需求。旅游景区、游乐园、博物馆、美术馆、商业综合体、文化休闲街区等旅游休闲场所游人如织,酒店、民宿客房出租率接近饱和,餐饮、购物、娱乐等消费额高位增长。

可以说,正是由于旅游市场的强劲复苏与供给创新之间形成的良性双向互动,使旅游业迅速迈上了创新驱动发展的新阶段。

最后,旅游市场复苏开启新一轮旅游及相关产业投资热潮。资本是具

有逐利属性的,旅游市场复苏并迅速实现规模增量,直接拉动了旅游及相关产业的新一轮投资热潮。

当前,旅游投资主要包括3个方面:一是硬件改造和技术升级投资,二是前期已经开工、受疫情影响停滞项目的赓续投资,三是新建文旅大项目投资。同时,新一轮旅游投资从景区、酒店、民宿、大型综合体等旅游业领域,延伸扩展到交通、餐饮、演艺、文创、商品零售、房屋租赁等领域。例如,廊坊的《只有红楼梦·戏剧幻城》大型演艺综合体,历时8年,总投资过百亿元,今年旅游业恢复常态化发展后,加快了投资建设速度,并于近日正式开门营业。这充分显示了旅游市场复苏、旅游业恢复振兴对投资和地方经济发展的拉动作用。

总之,旅游市场的强势复苏与规模化增长以及旅游供给侧转型升级与市场互动,促进旅游业走上恢复振兴和高质量发展的快车道。下一步,加快推动旅游市场复苏和旅游业高质量发展,要进一步推动体育休闲、文化和旅游消费,积极创新产品和服务,以高质量供给拉动消费、促进增长,进而更好地发挥旅游消费拉动经济增长的基础性作用。

加强制度体系建设 推动旅游服务质量提升

□ 马晓龙

党的二十大报告提出,高质量发展是全面建设社会主义现代化国家的首要任务。全面提升旅游服务质量不仅是旅游业高质量发展的客观需求,更是满足人民日益增长的美好生活需要的重要内容。长期以来,受到旅游产业边界较为模糊、旅游行政主管部门职能不足等客观因素影响,旅游市场服务质量与人们旅游需要之间存在一定差距,旅游市场发展过程中的一些违法违规行为长期困扰着旅游服务质量的全面提高。

中共中央、国务院印发的《质量强国建设纲要》明确要求,提升旅游管理和服务水平,规范市场秩序,改善旅游消费体验,提升质量满意度。以此为指导,旅游行业深入贯彻落实党中央、国务院关于高质量发展的决策部署,加强系统谋划,凝聚行业共识,充分发挥服务质量提升政策的引领带动作用,不断增强质量提升影响力。

文化和旅游部发布的《2022年全国旅游市场服务质量提升报告》显示,在全行业的共同努力下,旅游市场服务质量提升工作不仅在较短时间内亮点频出,更是在涉及基础性、全局性、长期性的制度体系建设方面取得长足进步,对旅游市场服务质量的常态化提升具有重要意义。

一是旅游市场服务质量提升的制度框架更加合理。治理政策不健全、行业标准不充足、信用体系不完善是影响行业健康发展、制约旅游市场服务质量提升的关键因素。旅游行业主管部门以问题为导向,有效整合中央与地方各级职能部门力量,引导各地结合自身特点,不断创新提升旅游市场服务质量的措施和手段,出台《文化和旅游部关于加强旅游服务质量监管提升旅游服务质量的指导意见》等政策文件。同时,强化顶层设计,加大信用体系建设力度,制定和修订《智慧旅游场景应用指南(试行)》《旅游度假区等级划分》《出境旅游领队服务规范》等国家和行业标准,切实加强旅游服务质量保障能力。各地根据自身发展实际,陆续出台符合本地区实际需要的政策措施与地方性标准,提升质量监管和综合执法能力,优化营商环境,回应游客关切。一套科学性高、操作性强、应用面广的旅游市场服务质量制度框架体系逐渐形成,成为提升旅游市场服务质量的基础保障。

二是旅游市场服务质量提升的主体责任更加明确。各级责任主体不清、责权范围不明是制约旅游市场服务质量提升的重要阻碍,多地把旅游市场服务质量提升工作纳入年度质量工作考核范围,不断探索主体责任分工体系,引导和推动各主体落实责任。山西省文化和旅游厅、山西省财政厅设立导游服务质量奖,湖北省开展创建旅行社优质服务品牌工作,四川省开展“天府旅游名牌”工作,青海省授予13家文旅单位称号,浙江省开展旅游饭店品牌创建工作,河北、黑龙江、福建等省采取多种措施持续增强省级旅游品

牌传播力和IP影响力,这些做法,本质上均是采用以评促建、以评促优的思路明确经营主体的质量责任。中国旅游协会、中国旅行社协会、中国演出行业协会等发布“提升文化和旅游市场服务质量”倡议书,号召全行业重视服务质量、提升服务质量。旅游市场服务质量提升工作的责任分工更加明确。

三是旅游市场服务质量提升的评价体系更加科学。文化和旅游部不断完善全国旅游服务质量评价指标、模型,夯实以游客为中心的旅游服务质量评价体系基础。这项工作旅游市场服务质量提升中具有显著的导向和示范作用,更为各地旅游市场服务质量的绩效评价提供了遵循和借鉴。全国12个省、自治区、直辖市结合地方特色,分别开展了不同形式的旅游服务质量评价工作,主要形式包括满意度调查、编制服务质量监测评价报告、发布蓝皮书、开展网上调查等。如四川省编制了2022年文化和旅游服务质量蓝皮书,广西、宁夏开展了旅游服务综合满意度评价,陕西省发布了旅游服务质量监测(测评)报告,福建省开展了提升旅游服务质量的网上调查等。总体上看,无论是文化和旅游部还是各省级文化和旅游行政部门开展的评价体系建设工作,均对旅游市场服务质量提升起到了积极作用,推动该项工作迈上新台阶。

四是旅游市场服务质量提升的工作重点更加清晰。随着游客质量意识进一步增强,旅游市场服务质量需求呈现出高品质化、多样化等特点,对服务质量需求与有效供给的适配性提出更高要求。把握国家战略要求、解决行业发展问题、满足游客新期待是适应新形势、新情况的必然要求,也成为旅游市场服务质量提升工作的重点。把握国家战略要求就是要根据党中央和国务院对质量工作的总体要求,制定出台针对性和操作性较强的政策措施和行业标准,不断推动旅游服务向标准化、专业化、品牌化发展。解决行业发展问题就是以现实问题为导向,以服务产业发展为目标,不断创新工作方式和手段,通过提供个性化服务、建立有效投诉反馈机制等措施和手段保障游客权益,提升旅游服务质量。满足游客新期待就是坚持以游客为中心的发展理念,及时掌握游客的需求特征及其所关注的焦点问题,从诚信经营、人员培训、机制完善、信用建立等方面,解决制约旅游市场服务质量提升的基础性问题。

旅游市场服务质量提升是一项长期工程。由于新问题、新困难在发展过程中会不断涌现,全行业要充分析理和准确把握新时代旅游消费需求特征,守正创新,与时俱进,不断改革创新工作方式,不断加强监管水平和业务能力建设,为消费者提供更好的旅游服务,推动旅游市场服务质量管理工作再上新台阶。

(作者为南开大学旅游与服务学院教授、博士生导师)



商务部日前发布的商务大数据显示,今年上半年,我国在线旅游产品和景点门票销售额同比增长272.4%。商务大数据对重点电商平台监测显示,在线服务消费增势较好。上半年,在线餐饮销售额同比增长27.9%;在线旅游产品和景点门票、在线文娱销售额同比分别增长272.4%和69.8%,比一季度分别增加156.6和50.6个百分点。

视觉中国 供图

博物馆旅游要在四个方面下功夫

□ 邵波

进入暑期以来,国内旅游市场呈现强劲复苏势头,各大旅游景区人潮涌动、热闹非凡。作为文化和旅游的重要组成部分,博物馆旅游持续升温,公众参观游览需求激增。同时,一些热门博物馆出现预约难等问题,引发社会广泛关注。

为进一步发挥博物馆社会教育功能,更好满足广大公众文化需求,国家文物局办公室日前发布通知,从强化服务供给、完善预约机制、优化场馆环境、提升接待水平、加强安全管理、加大宣传引导等方面对做好博物馆暑期等节假日开放服务工作作出安排,要求各地博物馆增加优质文化资源供给,优化调整门票预约制度,多方位提升场馆接待能力,适当延长开放时间。

在文旅深度融合的大背景下,博物馆旅游作为体验式文化教育与旅游跨界融合的新业态,日益受到社会公众的关注和喜爱。因此,推动博物馆旅游高质量发展,需要在增加优质文化资源供给的同时,不断优化调整管理服务手段,以更好地满足人民日益增长的美好生活需要,实现社会效益、文化效益和经济效益协同共进。

首先,要在提升博物馆业务能力上下足功夫。《博物馆条例》规定,博物馆是以教育、研究和欣赏为目的,收藏、保护并向公众展示人类活动和自然环境的见证物,经登记管理机构依法登记的非营利组织。因此,发展博物馆旅游的前提和基础是要立足主责主业,把优势资源和主要精力放在不断提升陈列布展质量、丰富展览形式内容和强化文化教育宣传上,深入挖掘展品的文化价值内涵,将晦涩难懂的文博专业知识创新性地转化为通俗易懂的有趣生动的精神食粮,转化为吸引观众参观游览的核心资源,让他们在边看边学边体验中感悟中华优秀传统文化的博大精深和深邃内涵,在潜移默化中实现博物馆的展示、教育功能。

其次,要在优化参观游览体验上下足功夫。随着数字科技的广泛应用,特别是近年来元宇宙相关技术的日臻成熟,科技赋能博物馆展览展示已经成为当前的趋势和潮流。在这种情况下,博物馆从业人员要从理念思路上主动接受数字科技、拥抱数字科技、融入数字科技,研究和开拓数字

科技在博物馆的应用场景,通过虚拟现实、数字孪生、云计算等技术手段,让冷冰冰的馆藏展品活起来、动起来,营造立体丰富的展示环境和沉浸式互动体验,让观众能够身临其境般感受中国文明的历史、文化和艺术特质。此外,博物馆还要深入了解社会各界特别是青少年对博物馆参观游览的真实想法和文化诉求,创新参观游览方式,举办特色展览、讲座和宣教活动,吸引更多人群参观博物馆,感受博物馆的独特魅力。

再次,要在推动文旅深度融合上下足功夫。博物馆既要突出文化的公益性、均等化,又要体现旅游的市场化。这就要求博物馆在实际工作中,一方面要围绕珍贵展品、优势展览、特色宣教等核心资源提升质量水平,展现独特文化气质,建立健全完善的服务体系和服务设施,包括导览服务、便民举措、票务系统等,让广大群众能够相对公平均等地享受到博物馆提供的公共文化服务。另一方面要主动加强与高等院校和旅游企业的交流合作,携手推出高质量的旅游产品和文化活动,特别是推出一系列符合市场需求

兼具博物馆特色的文创产品,筹划高品质专业性收费展览,开发青少年研学旅行项目,举办博物馆之夜主题活动及文艺演出等。这样不仅能为博物馆带来一定的经济效益,也能为观众提供差异化的产品和服务,满足不同观展人群的个性化需求。

最后,要在创新宣传营销上下足功夫。与传统旅游景区不同,博物馆旅游宣传推广的着力点应主要放在传承中华优秀传统文化、弘扬社会主义核心价值观和坚定文化自信上。要积极利用平面、广播、电视、互联网、公众号及自媒体直播平台,向社会公众分享传播博物馆的最新展览和宣教活动,扩大博物馆的知名度和影响力,让公众更好地知晓博物馆的展览活动。同时,要主动加强与各大在线旅游平台的交流合作,利用平台在渠道整合、数据分析和产品关联等方面的优势,精确锚定喜欢参与博物馆旅游的人群,为他们提供全方位、多层次的旅游资讯和贴心服务,提升博物馆旅游的针对性和便捷性,让更多的民众参与博物馆旅游。

(作者单位:天津市文物局)

声音

“培育地方特色食品产业,既应立足于特色,也要着眼于产业”

——暑期旅游季,各地在做好景区游览服务的同时,也铆足劲用地方特色食品吸引游客。对此,《人民日报》发表评论指出,不少地方通过促进特色食品产业与旅游、电商等产业融合发展,培育了新业态新模式,取得良好效果。这也启示我们,让“家乡味道”美名远扬,还需要促进线上线下融合发展,培育创业新业态,打造多元消费场景。

“大家对夜经济的内容有基本共识,那就是吃住行游购娱一条龙,绝不仅仅是‘逛吃’”

——《经济日报》近日发表题为《“夜经济”如何越夜越美丽》的评论指出,“夜经济”不是“日经济”的简单延伸和复制,更不等于单纯延长餐馆与商场的营业时间。更重要的是,“网红化”雷同、千“夜”一面不是夜经济该有的模样。只有当文化的灿烂、生活

的缤纷和规范的管理从夜色中浮现,并成为城市吸引力的一部分,城市才能越夜越美丽。

“不考虑公共场合的公共性质,随心所欲穿拖鞋行走,显然缺乏对文物展品的爱惜和尊重,也对历史文化少了一份敬畏之心”

——针对国家博物馆谢绝穿拖鞋者进入的规定,《钱江晚报》发表评论指出,博物馆作为保护和传承人类文明的奇妙之地,连接起过去、现在和未来。面对这份祖宗留下来的厚惠,如何怀着一份敬仰之心进入,去拜会访问历史,与璀璨的文明和先人对话,这是一件特别庄重肃穆的事情,必须得虔诚,不可疏忽轻慢。每个参观者的文明行为,就是对历史文化的最大尊敬。博物馆谢绝穿拖鞋者进入,此举不仅维护了参观秩序,也是对历史和文物在情感上的内心呼应,展馆和公众都需要这样的双向奔赴。

(本版编辑 龚立仁 整理)