

话题汇·扩内需促消费 高质量发展看旅游

以多样化高品质供给满足旅游消费新需求

□ 特约评论员 银 元

要将实施扩大内需战略同深化供给侧结构性改革有机结合,进一步释放旅游消费潜力。推动旅游业高质量发展,必须抓好旅游产品和服务这个根本,切实以质的有效提升和量的合理增长,更好地满足旅游终端需求、实现有效供给。

7月24日,中央政治局召开会议,分析研究当前经济形势,部署下半年经济工作。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”。会议提出,“推动体育休闲、文化旅游等服务消费”。

为贯彻落实中央政治局会议部署要求,国务院领导同志主持召开推动旅游业高质量发展座谈会,听取专家和企业负责人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。会议提出,坚持稳中求进工作总基调,乘势而上促进旅游消费,推动旅游业实现质的有效提升和量的合理增长,提升人民群众生活品质。要适应人民群众日益品质化、多样化、个性化的旅游需求,着力推动文化和旅游深度融合,提升旅游产品和服务质量。

近日,国务院办公厅转发国家发展改革委《关于恢复和扩大消费措施的通知》,明确推出丰富文旅消费,大力发展乡村旅游。文化和旅游部召开推动旅游业高质量发展专家座谈会,研究更好挖掘旅游消费潜力、促进旅游业健康发展的具体举措。

近期,密集召开的会议、密集出台

的政策,充分体现了党中央、国务院对扩大内需的高度重视,也是对旅游消费在扩大内需中的积极作用的充分肯定和高度期待。

今年以来,随着一系列利好政策和举措落地生效,旅游消费需求加速释放,进一步带动相关消费扩大。特别是进入暑期,居民出游意愿和出游人数保持回暖态势,不少旅游景区、旅游城市出现客流高峰,旅游市场呈现出人气高、财气旺的特征。根据国内旅游抽样调查统计结果,今年上半年,国内旅游总人次为23.84亿,国内旅游收入2.3万亿元,同比分别增长63.9%、95.9%。

上述亮眼的数据折射出我国旅游经济稳步进入“供需两旺,加速回暖”的复苏向上通道,旅游的综合性和带动性特征和效应进一步显现,旅游已经成为消费领域的热点和亮点。

旅游消费本质上是游客对旅游产品和服务的购买意愿和行为。旅游产品和服务在旅游消费中发挥着基础性 and 引领性作用,产品多不多、服务好不好,直接决定着旅游消费的实现以及规模。要将实施扩大内需战略同深化供给侧结构性改革有机结合,进一步释放旅游消费潜力。推动旅游业高质量发展,必须要抓好旅游产品和服务这个根本,切实以质的有效提升和量的合理增长,更好地满足旅游终端

需求、实现有效供给。

首先,要在需求分析上下功夫。近年来,旅游需求的多元化、个性化、复合化、品质化特征更加突出,旅游需求的迭代和演进速度日益加快。抓好旅游产品和服务,要防止“来的都是客,全凭嘴一张,相逢开口笑,过后不思量”的心态,要注重对游客选择行为、出行方式、消费习惯进行广泛收集与综合分析,认真思量需求的变化特点、演变趋势等,并在产品和服务上及时做出相应调整、优化。

其次,要在创新求变上下功夫。市场复苏并不意味着回到过去,也不是把旧产品重新上架,而是需要面对游客终端需求的实际情况,综合运用理念创新、技术创新、场景创新、管理创新等,及时在前端研发与中端运营中做出相应调整优化。

特别是要注重运用数字化、网络化、智能化技术,升级传统旅游业态和服务模式,通过数字技术赋能,拓宽旅游产品和服务的数字化应用范围,以数字旅游服务云平台、全域旅游智能管理平台等为牵引和龙头,推动文化和旅游深度融合、科技和旅游深入结合,积极拓展旅游产品和服务的多样性、便捷性、安全性,不断做大做优旅游产品和服务供给。

最后,要在提升质量上下功夫。游客对旅游产品和服务的形式、内容

等需求是随着时间和环境变化的,但是对产品和服务质量的要求却是一致的。质量是旅游产品和服务的生命线,也是有效满足游客需求的根本保障。在人民群众对旅游的需求已经从“有没有”转变为“好不好”的背景下,旅游产品和服务必须做到质的有效提升和量的合理增长相协调,以高品质助推高质量发展。

具体而言,一方面,要苦练内功,严格质量管控,完善相关制度和机制,深入推进标准化建设,加强常态化培训。另一方面,要坚持问题导向,针对影响游客体验的问题和不足,进行针对性改进、全面性优化、周期性检验。例如,针对暑期等旅游旺季部分热门旅游景区出现预约难等问题,文化和旅游部办公厅及时出台《关于进一步提升暑期旅游景区开放管理水平的通知》,提出优化预约管理、强化弹性供给、实施错峰调控、强化宣传引导等具体要求,指导和督促旅游企业提高服务质量,有利于更好满足人民群众的旅游需求。

旅游产品和服务的供给丰富与质量提升是一项长期工作,也是激发旅游消费活力的基础性、支撑性工作,需要政府、企业、行业、游客等多方共同努力,以高品质旅游产品和服务,推动旅游业高质量发展,不断满足人民日益增长的美好生活需要。

□ 邹东璠

六大亮点引导旅游度假区差异化发展

文化和旅游部办公厅近日印发通知,启动新一批国家级旅游度假区申报工作,并同步印发新版《旅游度假区等级评价细则》(以下简称《细则》)。《旅游度假区等级划分》(GB/T 26358-2022)(以下简称《标准》)自2023年2月1日起正式实施,此次印发的《细则》,既是对《标准》的进一步细化,也是对《标准》的进一步诠释。精读《细则》,可以解析出以下6个方面的深层次特征:

一是基于《标准》而不囿于《标准》,引导差异化高质量发展。《细则》基于《标准》进行评价内容的细化和量化,却并不是机械地照搬《标准》,而是在引导高质量发展方面给出了更高的量化指标及拓展性要求。更高的量化要求如“2.1.4 文旅融合产品”中的数量、“2.2.4 度假型客房”中的比例、“2.3 休闲娱乐活动”中的数量、“5.1 规模与结构”中的市场指标等;拓展性要求如“4.6 市场营销”“4.4.3 研发队伍”“4.2.4 运营效果”

等。在我国区域发展不均衡的背景下,《标准》的“应”条款考虑到全国普适性,门槛设置相对不高,此次《细则》中高出《标准》要求的部分,正是各地可以因地制宜发挥差异化优势、寻求高质量发展的增长点。

二是底线思维与适宜性思维并存,守正与创新兼顾。《细则》强化了底线思维,通过提高分值比重和细化具体要求,引导旅游度假区守住安全生产、意识形态和市场秩序的底线。同时,遵循适宜性原则,对于地区差异明显的指标不作量化,留出弹性自主空间。如“3.1.3 交通服务”中的公共营地建设规模和配备一定比例的新能源车公共充电设施、“3.3.4 配套服务”中的公共文化设施和服务、“4.6.1 营销机制”中的市场营销投入等评定项目,不设具体量化指标,允许度假区从各地实际和市场需求出发,科学合理配置资源,创新模式和方法。

三是度假产品为王、住宿产品

为核,强化度假业态特征。《细则》从分值设定上,体现了旅游度假区各要素之间的结构关系,在总计1000分中,“度假产品”占350分,从多元化、品质化、精细化等方面均提出了评价指标,可见其作为游客体验和消费主体,是旅游度假区最重要的评价要素。同时,“住宿”在旅游度假区产品中所占分值最大,达到100分,突显了“住”作为核心产品的重要性。

四是突出主题特色,以亮点带动产品体系及品牌建设。《细则》引导旅游度假区之间的错位竞争,突出主题特色,“文化”“特色”“主题”在全文中被提及次数众多。同时,《细则》还特别强化了“核心度假产品”和“高质量住宿设施”,对二者的主题特色和文旅融合均提出了更高、更具体的要求,这两项将成为旅游度假区的亮点,促进旅游度假区的品牌建设。

五是单项要素与综合效果并重,局部整体均不偏废。《细则》既对具体

要素的建设进行单项评价,也对整体效果进行综合评价。例如,“2 度假产品”中对住宿、休闲娱乐活动、餐饮、购物等均提出了主题特色要求,同时“1.2.4 主题氛围”中对综合的主题氛围进行评价;度假产品服务不仅综合评价整体服务质量,也对住宿、餐饮、活动、购物等每个单项服务作出评价。通过手段与结果双向评价方式,可以有效兼顾整体与局部。

六是细化无障碍设施及服务条件,促进与国际接轨。近年来,无障碍环境建设顶层制度设计逐步完善,“旅游无障碍环境建设和服务进一步加强”是“十四五”旅游业发展的重要目标之一。2021年,ISO国际标准化组织发布了首个无障碍旅游国际标准。《细则》顺应这一国际化趋势,“3.3.5 特殊人群服务”中对无障碍设施与服务提出具体建设要求,将为培育世界级旅游度假区奠定重要基础。

(作者单位:清华大学)

观察

持续加大金融支持力度 为乡村旅游发展助力赋能

□ 胡抚生

通过不断深化银行金融与乡村旅游的合作,持续加大支持力度,提高支持的精准度,可以增强乡村旅游的金融可获得性,壮大乡村旅游经营主体,更好地满足消费市场需求

近日,文化和旅游部办公厅、中国银行印发《关于金融支持乡村旅游高质量发展的通知》(以下简称《通知》),从建立对接机制、优选项目合作、加大信贷投放、推进产品创新、开展综合服务等方面提出加大金融对乡村旅游高质量发展的支持措施。此次政策的出台是金融支持乡村旅游发展的又一重大利好,在已有的金融政策基础上进一步加大了支持力度、扩大了覆盖面,可以为乡村旅游发展提供持续的动能。

乡村旅游是我国旅游业的重要组成部分,是体现乡村美好生活的载体。近年来,各地结合自身特色,积极探索乡村旅游发展道路,打造了一批全国乡村旅游重点村镇,涌现出了一大批乡村旅游带头人,形成了乡村旅游的“婺源模式”“安吉模式”等典型示范。

乡村旅游高质量发展离不开金融支持,无论是在经营主体培育、业态创新、扩大供给,还是在需求引导等方面,均需要优质的金融服务提供更多的支持。总结梳理《通知》要求,不难发现,此次政策的重点主要体现在以下5个方面:

一是优化金融支持乡村旅游发展的合作平台。此次政策的出台,依托文化和旅游部与中国银行战略合作机制,加强双方在项目、信息、产品、服务、宣传培训等方面的合作力度,将双方的优势进行有效整合,发挥出战略和资源的叠加效应,构建更有利于乡村旅游发展的金融服务平台,为我国乡村旅游发展持续赋能,积极促进乡村旅游迭代升级。

二是明确金融支持政策落实的时间节点和力度。此次政策明确了金融支持乡村旅游发展各个阶段的时间节点和任务要求,不仅提出近期的具体工作要求,还明确了每个季度的金融支持工作要求,有利于金融支持乡村旅游发展政策措施的尽快落实,提升政策执行效率。同时,政策还明确了未来3年针对县域内文化和旅游、餐饮住宿类客户新发放信贷不低于100亿元等措施,不仅增强了行业发展乡村旅游的信心,更为乡村旅游发展提供了强有力的资金支持,有助于政策的有效实施。

三是构建金融支持乡村旅游发展常态化机制。此次政策的出台,

不是短期性的支持政策,而是长期性的,既有近期要对乡村旅游金融支持的内容,也有中长期服务乡村旅游发展的思路;既提出要建立常态化沟通协调机制、常态化项目对接机制,也提出中国银行各一级分行要为重点层级的文化和旅游部门制定乡村旅游信贷产品业务指南,形成金融支持乡村旅游高质量发展的长期支撑体系。

四是金融支持乡村旅游发展从供需两侧同时发力。此次政策的出台,不仅着眼于对乡村旅游供给侧的支持,也注重加强对需求侧的支持。供给侧方面,重点从项目库建设、信贷投放、新产品培育、专属金融服务等方面加强对乡村旅游业态和经营主体的支持。需求侧方面,则依托金融线上线下服务平台,为个人消费者提供预约、检票体验、宣传推广、信息等综合性的服务。

五是突出金融支持乡村旅游发展的重点方向。《通知》提出要加大对全国乡村旅游重点村镇和省级乡村旅游重点村镇的支持,有助于地方积极创建乡村旅游品牌,持续提升乡村旅游发展质量。同时,《通知》既提出要加大对盈利模式成熟的休闲观光、康养度假、农文旅融合、文化展示体验、乡土研学等项目的支持力度,还提出要加强对田园综合体、文化体验、研学基地、剧本娱乐、户外营地等乡村旅游新业态的研究。这充分表明,金融支持既注重乡村旅游的盈利能力,也注重有发展潜力的新业态培育,有助于金融与乡村旅游发展的双向互动,形成金融促进乡村旅游发展的良性循环机制。

随着旅游业的快速发展,金融与乡村旅游的关系更加密切,金融支持乡村旅游发展不仅有短期的热度,还有长期的温度,进而持续为乡村旅游助力赋能。与此同时,乡村旅游高质量发展也为金融注入了更多活力,提供新的蓝海和正向回馈金融的支持机制。通过不断深化银行金融与乡村旅游的合作,持续加大支持力度,提高支持的精准度,可以增强乡村旅游的金融可获得性,壮大乡村旅游经营主体,更好地满足消费市场需求。

作者单位:中国旅游研究院(文化和旅游部数据中心)

来论

蒲松龄故居现打卡热 “聊斋”品牌效应值得期待

□ 江德斌

当地应该像打造“淄博烧烤”一样,发挥好“聊斋”的品牌效应,并借势掀起一波新的旅游高潮,进而增强旅游经济的厚度

近日,一则关于蒲松龄故居正在维修的视频引发网友关注。网友表示,慕名而来的游客都到山东了,而蒲松龄故居还在维修中,在这节骨眼上,蒲松龄故居却不能正常对外开放,岂不是会错过一波流量潮,真令人着急。

这波流量潮,源自某首新歌走红出圈。许多网友在网上翻书、翻阅《聊斋志异》这部经典。如今,这股巨大的网络流量又反哺到蒲松龄故居,众多游客纷纷慕名而来,想参观作者的故居,却不料吃了“闭门羹”,不免令人感到惋惜。

《聊斋志异》成书约有300多年的历史,表面上写的是各种鬼怪故事,实则描写的是世间百态、刻画人性,而这恰恰是每个时代都相通的,所以能够穿越古今,为现代人所理解和接受。

山东淄博蒲松龄纪念馆是在蒲松龄故居基础上于1980年建立的纪念馆,是全国重点文物保护单位,集蒲松龄纪念馆、蒲松龄故居、蒲松龄研究所于一体,每年接待游客达10万人次,是淄博对外宣传的重要窗口。

可见,蒲松龄并不缺“粉丝”,故居也并不孤单,每年都有大量游客前来“朝拜”。现在,游客纷纷慕名前来蒲松龄故居打卡,确实会增加一批新的粉丝,许多人以前未曾深入阅读过《聊斋志异》,对蒲松龄也不熟悉,才会好奇心的驱使下,产生打卡念头。

对于蒲松龄故居和淄博旅游来讲,这一波意外增加的游客流量潮,确实值得珍惜。当地应该像打造“淄博烧烤”一样,在文化和旅游领域发挥好“聊斋”的品牌效应,并借势掀起一波新的旅游高潮,进而增强旅游经济的厚度。

当然,网络流量毕竟是无常的,往往来势汹汹、去势也汹汹。当地要稳扎稳打,深入挖掘聊斋文化旅游的优质资源,将流量转化为口碑,念好更长久的“生意经”。

同样,也要看到,中华优秀传统文化与现代流行文化二者之间具有较强的互动性和相互促进作用。各地可以从成功案例中汲取经验,结合本地传统文化资源,积极探索与流行文化的融合方式,打造独特的文化旅游品牌。

公众有假期才能多消费

近日,国务院办公厅转发国家发展改革委《关于恢复和扩大消费的措施》,提出全面落实带薪休假制度,鼓励错峰休假、弹性作息,促进假日消费,引发公众广泛关注。对此,《北京青年报》发表评论指出,无论是线上消费还是线下消费,不管是文旅消费还是车房消费等,消费者要有充裕的消费时间才能有更多的消费。除了法定节假日之外,职工带薪休假也是促进消费的重要措施。这就需要全面落实带薪休假制度,让每一个职工依法享受休息休假权益,并有空闲时间去消费。

视觉中国 供图

